

Борис Лозовский

# **ЖУРНАЛИСТИКА: ТЕХНИКА БЕЗОПАСНОСТИ**

Издание 2-е, исправленное и дополненное



Издательство «Вектор Бук»  
Тюмень, 2004

Л 72

**Лозовский Б.Н.**

**Журналистика: Техника безопасности.** Издание 2-е, исправленное и дополненное. - Тюмень: Издательство «Вектор Бук», 2004. – 72с.

© Лозовский Б.Н.

Отпечатано по заказу  
Департамента информационной политики  
администрации Тюменской области

## ТЕХНИКА БЕЗОПАСНОСТИ В РАБОТЕ ЖУРНАЛИСТА

Однажды факультет журналистики пригласил для преподавания одного из руководителей средств массовой информации. Процедура приема на работу предусматривала на заявлении поступающего визу инженера по... технике безопасности. Однако эту разрешительную подпись можно было получить только после соответствующего инструктажа. Инженер оказался заядлым буквоедом и долго не поддавался на уговоры подписать документ без встречи с заявителем и необходимых наставлений. После многократных уговоров бывший офицер, а они часто занимают подобные должности, скрепя сердце, расписался.

Что говорить о других профессиях, где без экзамена по технике безопасности к работе не допускают вовсе. «Не включай! Работают люди!» – табличка на рубильнике предупреждает электрика. «Не стой под стрелой!» – напоминание стропалю. «Изолируй себя от изделия, на котором работаешь!» – электросварщику. Сдавший экзамен, получает письменное разрешение профессионально работать. Человеку с улицы, не имеющему специальной подготовки, исполнять обязанности в очень многих отраслях человеческой деятельности запрещается.

Иное дело – журналистика. Ею занимаются отнюдь не только выпускники факультетов журналистики, прошедшие обучение в соответствии с государственными образовательными стандартами. Но любой человек, имеющий некоторое образование, литературные способности, претензии на готовность «сеять разумное доброе, вечное» с газетных полос или в эфире, а также амбиции по части реализации собственных представлений о «второй древнейшей». Это приводит к, все более вызывающему непрофессионализму в работе многих средств массовой информации. Прежде всего, это заметно в игнорировании либо по неведению, либо по халатности, либо по осознанному решению – правовых и этических норм профессии. Одно из следствий – все возрастающее количество судебных исков к журналистам и средствам массовой информации.

«Исковая активность» вызвана рядом причин.

Во-первых, аудитория средств массовой информации не собирается больше спускать работникам пера, микрофона и телекамеры фактические ошибки, несправедливые оценки, касающиеся репутации всех, кто становится объектом журналистского внимания, будь это домохозяйка или председатель правительства.

Во-вторых, невозможностью людей «дать сдачи» иным путем. «Право на ответ», предусмотренное «Законом о средствах массовой информации РФ», как правило, не реализуется. Доступ к «рулю» «четвертой власти» хорошо охраняется в прямом и переносном смыслах.

В-третьих, самонадеянностью и сомнением части журналистов, считающих себя мессией, и потому судящих всех и вся без существенных для того оснований.

В-четвертых, представлениями о том, что скандальность, цинизм, эпатаж публики заголовками, подзаголовками, агрессивным стилем подачи материалов, повышают рейтинг передачи и увеличивают тираж издания.

Наконец, юридической неподготовленностью журналистов, о чем свидетельствуют многочисленные примеры грубых правовых и этических ошибок.

Есть еще два объяснения роста количества привлечений журналистов к судебной ответственности. Одно из них – низкий порог взимаемой с истца пошлины (она составляет 10 рублей с физических и 100 с юридических лиц). Попытки Фонда защиты гласности поднять этот порог, связать в процентном отношении ее размер с суммой требуемого возмещения морального вреда, оказались безуспешными, т.к. существенное повышение пошлины, по мнению юристов, не позволит большинству граждан воспользоваться правом на судебную защиту.

Другое объяснение связано с тем обстоятельством, что начальники, управленцы, представители властей (по подсчетам специалистов) подают исков в десять раз больше, нежели иные граждане. Многие из них применяют 152-ю статью Гражданского Кодекса РФ как законное средство расправы с неугодным журналистом или средством массовой информации. И не без успеха.

Однако задача состоит в том, чтобы минимизировать ошибки самих журналистов. Понять и зафиксировать самые типичные из них, значит облегчить поиск правил техники безопасности работников средств массовой информации.

## ТИПИЧНЫЕ ОПОЛШНОСТИ И УПУЩЕНИЯ

***Пренебрежение правом и обязанностью журналиста «проверить достоверность сообщаемой ему/им информации».*** Это наиболее часто встречающийся изъян во время сбора фактов и сведений для материала.

*Молодой журналист из «Вечернего Екатеринбурга» побывал в Уктусском доме-интернате для престарелых и инвалидов, расспросил обитателей и персонал о жите-быте, узнал о том, что в заведении находится мать известного уральского композитора Евгения Родыгина, и в опубликованном материале привел такую фразу: «По словам врачей, ее знаменитый сын никогда к ней не ходит и ничем матери не помогает». Возмущение автора «Уральской рябинушки» и угроза судом последовали незамедлительно. Попутно говоря, все слова и обороты с частицей «не» и «ни» требуют осмотрительного применения. Если хотя бы один раз*

заботливый сын побывал у матери, то сведение в изложении автора статьи не будет считаться соответствующим действительности. Впоследствии газетчику пришлось снова опрашивать врачей и оформлять письменно их свидетельства.

Главный юридический консультант «Известий» Макс Хазин рассказывал: *«Газета опубликовала письмо читателя об армейских буднях Макашова. В частности, там говорилось, что он заставлял избивать солдат. Выйдя из тюрьмы (после событий 3-4 октября 1993-го – ред.), генерал предъявил судебный иск и выиграл его, т.к. в доказательство своей правоты автор не смог предъявить ничего, кроме рассказа случайного вагонного попутчика».*

Суть здесь в том, что Гражданский Кодекс РФ в части статьи 152 «Защита чести, достоинства и деловой репутации» предполагает презумпцию ответственности журналиста, как и всякого другого гражданина, за распространенные им сведения. «Гражданин вправе требовать по суду опровержения порочащих его честь, достоинство или деловую репутацию сведений, если распространивший такие сведения не докажет, что они соответствуют действительности». Журналист априори, по определению, заранее вынужден готовиться обеспечить юридически надлежащими способами защиту используемых в публикации или передаче сведений. В уголовном процессе определение виновности или невиновности возлагается на суд, в гражданском наоборот, «невиновность» доказывается самим распространившим сведения, ответчиком.

Известно, что в Законе о средствах массовой информации РФ одна и та же норма зафиксирована в двух статьях: 47 «Права журналиста» и 49 «Обязанности журналиста» - проверять достоверность *сообщаемой ему* и *им* информации. Правила для этого весьма неприятны:

перезвонить источнику и в готовом для опубликования материале еще раз перепроверить цифры, точность воспроизведения цитат, иные данные;

обратиться к существующим документам, копии которых всегда предпочтительно иметь в архиве журналиста;

встретиться с очевидцами, свидетелями (не менее двух);

показать материал опытным коллегам, редактору;

посоветоваться с экспертами;

наконец, дать для оценки юристу.

Проверять достоверность сведений крайне важно еще и потому, что судьи, как правило, усматривают умысел в действиях журналиста, пренебрегшего требованиями проверки информации, а это обстоятельство значительно осложняет положение и редакции, и автора опубликованного материала.

***Языковая, стилистическая приблизительность и небрежность, неумеренное и неосмотрительное использование неместных эпитетов.***

Судя по протекающим в судопроизводстве делам, одна из основных причин заключается в... «великом и могучем», когда журналисты становятся жертвами вольного обращения с родным языком.

*В статье «Холостой выстрел», опубликованной в «Уральском рабочем», одно из действующих лиц – Зырянов - был назван браконьером, что послужило поводом для искового заявления. Ответчица иска не признала. Называя его браконьером, считала, что выражает свое личное мнение. Однако согласно Уголовному Кодексу РФ никто не может быть признан виновным иначе, как по приговору суда. В соответствии с «Правилам охоты на территории Свердловской области» браконьерством считается: охота без охотничьего билета, на запрещенные виды животных, в запрещенных местах, на диких копытных, бурого медведя без лицензий... Ни одно из этих положений Зыряновым нарушено не было. В этой части иск был удовлетворен, газета обязывалась опубликовать опровержение и принести извинения.*

*Известный московский журналист Александр Минкин в статье, опубликованной в «Московском комсомольце», употребил по отношению к вождю ЛДПР следующее суждение: «Жириновский притворяется идиотом. А может, не притворяется». Судья отказался назначить экспертизу, чтобы выяснить, подходит ли г-н Жириновский под третью степень слабоумия (дебил-имбецил-идиот). В результате Минкин не смог доказать свою правоту и избежать ответственности.*

Подчеркнем, речь идет не о запрете использования эпитетов. Более того, без этой части речи газетные статьи кажутся пресными, а ведущие передач – занудами. Известное в Екатеринбурге дело «СГТРК против И.В.Шеремета» стало прецедентным по своему решению. Поводом для иска о защите чести, достоинства и деловой репутации стали «резкие и недостаточно корректные высказывания в адрес СГТРК» ведущим программы «9 ½». Арбитражный суд Свердловской области пришел к выводу: «Эти высказывания носят оценочный характер, выражают позицию и отношение ответчика к работе СГТРК, конкретным фактам или сведениям, порочащих деловую репутацию истца, в их текстах не усматривается, т.е. содержание этих передач не подпадает под признаки распространения сведений, не соответствующих действительности».

Однако практика подсказывает: значительно безопаснее не приговодить человека хлестким эпитетом, например, называть его «скудоумным», а продемонстрировать набор фактов, который сам приведет аудиторию к той же оценке.

Особым раздражителем истеблишмента часто становятся заголовки. «Кровавая мэрия» - так озаглавили материал о работе администрации г.Екатеринбурга в газете «На смену!». «Окалambuривание» названия

известного коктейля привело к длительным судебным тяжбам редакции с администрацией.

**Использование предположений без доказательств и свидетельств.** В статье «Группа риска», опубликованной в газете «Тагильский рабочий», было сказано, что в своем выступлении на слете Союза борьбы за народную трезвость некто Бестужев «не удержался от внедрения своих явно непоследовательных и шовинистических идей в сознание малокомпетентных слушателей». Забавность случая в том, что корреспондент на слете не присутствовал, но вложил в уста Бестужева слова, которые тот часто произносил в лекциях и на митингах, но не на том слете, о котором шла речь в материале! Правда, автор процитировал письмо, подписанное 21 членом общества «Мемориал». Показания свидетелей, исследование магнитофонной записи подтвердили то обстоятельство, что Бестужев не «высказывал шовинистические и антисемитские призывы». По решению суда газета должна была опубликовать опровержение и извинения.

Формула Анатолия Аграновского: «Видел сам, рассказывали, предполагаю» означает необходимость четкого разграничения и обозначения способов получения информации журналистом. Все «рассказы», в том числе изложенный в письме 21-го члена «Мемориала» следует проверять дополнительно. Как впрочем, предположения и слухи.

**Отказ выслушать другую сторону и представить конкурирующие точки зрения.** Опытнейший редактор, более двадцати лет руководивший разными изданиями, на семинаре, где обсуждались и этические проблемы журналистики, предложил: «Пора нам записать в своде правил поведения журналистов норму – обязательно выслушивать другую сторону». Энтузиазм, с которым он это произнес, заслуживает отдельной иронии. Мировой журнализм давно уже пришел к выводу: если по той или иной проблеме существуют разные точки зрения, обязательно предъявляются все. Причины игнорирования этого простого правила: многодесятилетняя история воспитания в моноидеологическом режиме, а также излишняя внушаемость и впечатлительность, когда репортер поддается обаянию одного рассказчика и забывает о многих других. А в конце текущего тысячелетия сами журналисты «глушат» другие голоса еще и по иному соображению: *эта точка зрения более прибыльна* в прямом и переносном смысле.

**Некорректное применение монтажа (верстки) материалов.** Известно, что монтаж, т.е. стыковка двух самостоятельных по содержанию фактов, сюжетов, фотографий и пр. либо усиливает и тот, и другой, либо создает иной смысл, некое третье значение.

В районной газете Пермской области опубликовали репортаж «Праздник удался» с выпускного вечера одной из специализированных школ. Но под ним подверстали басню с названием... «Ученый осел».

Ничем иным, как желанием ответственного секретаря позабавиться, это вряд ли объяснишь. Но не всегда такие «забавы» безобидны.

*В газете «Диалог» г.Полевского Свердловской области поместили отчет с пресс-конференции председателя комитета по управлению имуществом. В тексте не раз появлялась фамилия бывшего мэра города и, в день публикации – кандидата на тот же пост. Рядом с отчетом заверстали рисунок, на котором был изображен босой, с вышивкой в руках, буденовкой на голове, с перекрестными лентами патронов на груди человек неопределенного возраста. Под рисунком подпись «Он еще повоюет». Такими же словами, кстати, заканчивался и текст отчета. В результате: исковое заявление кандидата в мэры, многочисленные экспертизы, судебное разбирательство.*

#### ***Обобщения и выводы, основанные на ограниченном материале.***

Выражая свою оценку или формулируя собственную позицию в ходе подготовки материала, журналист всегда основывается на необходимом и достаточном количестве фактов, которые привели его именно к этим обобщениям. Часто случается, однако, что исходных материалов для заявленных выводов явно не хватает.

*Журналистка «Вечернего Екатеринбурга» опубликовала статью, где описывалась неблагоприятная обстановка, сложившаяся в одном из научно-исследовательских учреждений. В тексте оказалась фраза, послужившая поводом для искового заявления, суда и проигрыша газеты. «За время руководства институтом (имярек – ред.) половина сотрудников разбежалась». Простой подсчет уволившихся и уволенных показал совсем иную картину. Не случайно знающие толк в общении советуют: всегда переводите проценты и части целого, о которых говорят собеседники, – в абсолютное число. Ошибок при воспроизведении будет значительно меньше.*

#### ***Пересказ своими словами заявлений должностных лиц***

*Журналист «На смену!» опубликовал в газете отчет с брифинга губернатора Свердловской области А.Страхова под названием «Вместе тесно, а врозь?». В нем было сказано: «Кстати, А.Страхов выразил на брифинге и удивление действиями депутатов (названы фамилии – ред.), которые, если верить письму руководства АО «Уралмаш» вмешиваются в дела коллектива, подстрекая его к бунту в связи с ситуацией вокруг «Спецтехники».*

*Один из депутатов подал иск и потребовал возмещения причиненного морального вреда.*

Дело закончилось вполне миролюбиво, депутат отозвал заявление, но факт примечателен. Сам губернатор не точно процитировал письмо гендиректора завода, в котором не упоминалось слово «бунт», т.е. одна ошибка уже была сделана руководителем области. Опубликовав эту информацию, журналист не только растиражировал ее, но и взял



ответственности за соответствие действительности изложенных сведений на себя. Тогда как требовалось сделать иначе: закавычить высказывание губернатора и, тем самым, «переложить» ответственность на должностное лицо. Только в этом случае, согласно ст.57 Закона о средствах массовой информации РФ, журналист и редакция освобождаются от ответственности за распространение сведений, не соответствующих действительности.

Итак, примерные **правила техники безопасности.**

**Проверять достоверность получаемых и сообщаемых сведений.**

**Избегать использования неподтвержденных сведений и слухов.** В том случае, когда слухи становятся предметом интереса журналиста следует все же:

а) попытаться отыскать источник и попросить подтвердить информацию;

б) в случае отказа найти других, кто может и желает подтвердить слухи;

в) договориться с последними о том, что в случае неприятностей они подтвердят сказанное в суде. Небесполезно показать материал юристу, дабы убедиться: не повлечет ли публикация обвинений затронутых в ней персон.

Те же самые действия возможны и тогда, когда журналист сообщает информацию, предваряя ее сочтаниями типа «по сведениям из источников, заслуживающих доверия», «как нам стало известно». Один из способов проверки слухов – официальный запрос редакции.

**Хранить в надежном месте все материалы,** включая записные книжки, кассеты, свидетельские показания, копии документов, фотографии. Все это может понадобиться в суде. Журналистка из «Вечернего Екатеринбурга» в связи с переходом из другой газеты оставила, а затем и утеряла подготовительные материалы к статье, где разбирался конфликт между родителями и их родной дочерью. Через год после публикации они понадобились, родители подали исковое заявление в суд по статье 152 Гражданского Кодекса РФ. Понадобилось очень много времени и работы, чтобы восстановить утерянное.

**Знать условия, при которых журналист и редакция освобождаются от ответственности за распространение сведений, не соответствующих действительности.** Согласно ст.57 Закона РФ о средствах массовой информации такое «освобождение» возможно лишь в шести случаях:

- 1) если эти сведения присутствуют в обязательных сообщениях (ст. 35 «Обязательные сообщения» того же закона);
- 2) если они получены от информационных агентств;
- 3) если они содержатся в ответе на запрос информации либо в материалах пресс-служб государственных органов,

*организаций, учреждений, предприятий, органов общественных объединений;*

- 4) *если они являются дословным воспроизведением фрагментов выступлений народных депутатов на съездах и сессиях, делегатов съездов, конференций, пленумов общественных объединений, а также официальных выступлений должностных лиц государственных органов, организаций и общественных объединений.*

Здесь, однако, следует подчеркнуть термин *дословным*, поскольку небрежность в цитировании, отсутствие кавычек, изложение своими словами заставляют суды не считать «воспроизведение фрагментов» дословным, и, следовательно, журналисту и редакции приходится отвечать, а нередко и возмещать моральный ущерб. «Забавные» ситуации происходят с применением статьи 57 к должностным лицам. Судебная практика зафиксировала: если, предположим, прокурор (несомненно, должностное лицо) отвечает на официальный запрос редакции, то ответственность за достоверность сведений, изложенных в нем - на прокуроре! Если же написал авторский материал и принес в редакцию - на журналисте и редакции.

Распространенное заблуждение состоит в том, что интервью с кем бы то ни было, в т.ч. с прокурором, не требует проверки достоверности сведений, изложенных собеседником. Юристы Фонда защиты гласности считают: журналист и редакция несут ответственность за слова интервьюируемого, если они солидарны с ним, одобряют и поддерживают его. Если же репортер дезавуирует произнесенное, дает понять, что он не разделяет сказанное, - ответственность журналиста за распространение не соответствующих действительности сведений исключается. К тому же произнесенное интервьюером следует рассматривать как ответ на устный запрос журналиста.

- 5) *если они содержатся в авторских произведениях, идущих в эфир без предварительной записи, либо в текстах, не подлежащих редактированию в соответствии с Законом РФ о СМИ;*
- 6) *если они являются дословным воспроизведением сообщений и материалов или их фрагментов, распространенных другим средством массовой информации.*

В данном случае всякая редакция, включая расстановку знаков препинания в материале другого СМИ, может привести к решению суда о недословном воспроизведении со всеми вытекающими из этого последствиями.

**Знать толкование терминов:**

**клевета** – распространение заведомо ложных, позорящих другое лицо измышлений;

**оскорбление** – умышленное унижение чести и достоинства личности, выраженное в неприличной форме;

**честь** – общественная оценка личности, мера духовных, социальных качеств гражданина;

**достоинство** – внутренняя самооценка собственных качеств, способностей, своего общественного значения;

**диффамация** – оглашение в средствах массовой информации сведений (действительных или мнимых), позорящих кого-либо.

Корреспондент газеты «Подробности» Виктор Белимов, получивший премию Свердловского Союза журналистов за исследовательскую статью «Сколько стоит клятва Гиппократа» и проигравший в районном суде начальнику департамента здравоохранения г.Екатеринбурга, перед опубликованием материала проделал следующее: зачитал фрагменты текста тем источникам, которых цитировал, при этом разговор записал на диктофон; готовый текст дал прочесть специалистам областного управления здравоохранения. Его выводы:

*«если человеку (источнику информации) грозит, если его открытость журналистам повлияет на карьеру, то он имеет право отказаться от своих слов;*

*акт контрольно-ревизионного управления освобождает журналиста от ответственности за распространение сведений, не соответствующих действительности согласно 57-й статье Закона о СМИ РФ, но только в том случае, если документ получен официально;*

*если акт не подписан проверяющими, он юридически не достоверен;*

*есть необходимость проверять даже сведения, изложенные в акте КРУ;*

*когда пишешь, снижай пыл разоблачительства (вспомним Анатолия Аграновского: «Чем острее проблема, тем спокойнее должен быть тон»);*

*в любом случае необходима последняя встреча с «виновником», нельзя загонять человека в угол, следует дать ему возможность высказаться».*

Кстати, для подготовки статьи потребовалось 30 интервью и 40 официальных запросов.

**ЛИТЕРАТУРА**

Белинская И. Не много ли чести // Огонек, 1996, № 3.

Бюллетень Судебной палаты по информационным спорам при Президенте Российской Федерации. № 1-5 за 1996-98 г.г.

Ежегодник Фонда защиты гласности. Итоги 1998 года. М., 1999.

Защита чести и достоинства. Теоретические и практические вопросы. М., 1997.

Судебная палата по информационным спорам при Президенте Российской Федерации 1996-97 г.г. Решения, рекомендации, экспертные заключения. М., 1997.

Техника юридической безопасности для журналиста. М., 2000.

Цена слова: Из практики лингвистических экспертиз текстов СМИ в судебных процессах по защите чести, достоинства и деловой репутации /

Под ред. проф. М.В. Горбаневского – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Галерия, 2002.

Честь, достоинство и репутация: журналистика и юриспруденция в конфликте. М., 1998.

## ТЕХНИКА БЕЗОПАСНОСТИ РАБОТЫ С ЖУРНАЛИСТАМИ

### *Опыт инструкции для пьюсмейкеров*

Журналистика не public relations, не пропаганда, не агитация, не инструмент для лоббирования интересов и не средство информационной войны с оппонентами, чем сй в начале нового тысячелетия агрессивно и бесстыдно заставляют заниматься в России. *Истинная природа журналистики в том, чтобы делать жизнь общества в целом, а не властей, спонсоров или цивилизованных бандитов, хотя бы немного лучше, чем она была вчера.*

Журналистику как профессию давно следовало бы изучать в качестве, по меньшей мере, факультативной дисциплины в учебных заведениях как бюджетной, так и частной форм собственности по ряду причин.

Во-первых, средства массовой информации оказывают значительное влияние на тонус и темперамент общественного бытия, создают информационные субординации, при которых каждый человек, хотел бы он того или нет, становится участником массовой коммуникации либо в качестве получателя сведений, либо их источника. Кроме того, масс-медиа располагают мощнейшим конструктивным, но и деструктивным одновременно, потенциалом по части объединения нации, создания атмосферы социальной терпимости и общественного согласия.

Во-вторых, существует мнение, будто событие, факт, явление признаются существующими в природе только тогда, когда информация о них появляется в эфире или печати. И наоборот: «с глаз долой, из сердца вон». Не случайно российский «премьер-на-час» Сергей Кириенко попросил однажды руководителей ведущих столичных телекомпаний не показывать сидящих на рельсах сибирских шахтеров. «Бандитский Петербург» стал таковым не столько благодаря развитой криминальной инфраструктуре города, сколько прописанному в этом населенном пункте Андрею Константинову, автору нескольких произведений в жанре крутого детектива «Адвокат», «Адвокат 2», «Журналист» и «Журналист 2». Если б он проживал в Урюпинске, то сериал сняли бы о нем, и провинциальный город был бы произведен восприятием читателей и телезрителей в самый криминальный мегаполис страны. Поэтому знать об эффектах средствах массовой информации, а также о том, как журналистика делается и механизмах ее воздействия на общественное мнение, всегда полезно всякому, не желающему оказаться объектом манипулирования.

В-третьих, специфика журналистской ментальности состоит в первоочередном интересе служителей этой музыки к выделяющемуся из ряда, открывающему глаза и позволяющему увидеть необычное в заурядном и приглядевшемся. Этим и объясняется пристрастие

репортеров к негативной информации, нежели позитивной. «Плохое» значительно грубее и заметнее нарушает устоявшийся порядок, а сис обстановка вряд ли останется не замеченным профессиональным репортером. Среди лауреатов всевозможных журналистских конкурсов, кстати, большая часть, как правило, - авторы материалов о «негативах». Кстати, профессиональный репортер редко находится в роли простого обывателя, из всего, что он видит, слышит, ощущает, он готов сделать материал.

В-четвертых, журналисты часто говорят, будто распространяют только *общественно значимую информацию*, т.е. способную вызвать *изменения во взглядах, знаниях, информированности, поведении значительной части аудитории*. Иногда они объясняют отказ опубликовать материал только лишь потому, что не видят *информационного повода*. Язвенная болезнь водителя такси вряд ли станет мотивом для обнародования, в отличие от одноименного недуга Президента страны. Поэтому персоны на слуху, заметные на политическом, экономическом, культурном и прочих пейзажах - *нюсмейкеры* – всегда будут «под колпаком» работников пера, микрофона и телекамеры. Что бы они ни делали, они всегда производят *новости*. Отсюда следует еще один вывод: не раздражаться по поводу нежелания журналистов публиковать материалы на те или иные темы, якобы важные с точки зрения общественного лидера или должностного лица, а создавать информационные поводы, в чем уже многие виртуозы от политехнологий изрядно преуспели.

Не следует, разумеется, недооценивать роль средств массовой информации в жизни общества, но и преувеличивать также опрометчиво. В борьбе с некоторыми социальными недугами масс-медиа так же слабы, как и всемогущее государство. Борьба с «зеленым змием», развернувшаяся на заре перестройки по всей территории шестой части суши, бездарно провалилась, несмотря на мощнейшие атаки с газетных полос и эфира. Почти половина из 495 опрошенных жителей Екатеринбурга в изящном социологическом исследовании Б.Багирова показала, что негативная оценка в прессе одного из кандидатов на должность Главы города «не повлияла на выбор кандидата», а пятая часть – «усилила желание поддержать» его.

Поэтому бесполезно вырабатывать иммунитет против критических атак прессы. «Чтобы быть постоянно в форме, президенты должны быть готовы к злоупотреблениям со стороны средств массовой информации» – произнес человек, которого газетчики выпроводили из Белого Дома своими разоблачительными публикациями. Это был Ричард Милхаус Никсон, по его словам журналисты «имеют право делать свою работу».

Степень и качество информированности журналиста фиксируются именно в этот момент, события, между тем, могут продолжать развиваться

и обрастать новыми важными деталями и фрагментами, но последние в лучшем случае попадают в другой номер или выпуск. Есть и «мертвое» время, например вечер пятницы, когда большинство газет уже сдано в набор, чтобы выйти субботним утром следующего дня, а новостные передачи смонтированы. Существует профессиональный термин - *dead line* – последний срок сдачи материала в набор и для подготовки к эфиру. Многие этим пользуются, делая сенсационные заявления поздно вечером в пятницу, когда большинство газет уже в наборе, а основные выпуски новостей уже прошли в эфире или, по меньшей мере, сверстаны.

Нередко озабоченные невниманием прессы должностные лица попадают в собственными руками расставленные ловушки. Одна из них – желание во что бы то ни стало «оставаться на виду», будь то газетная полоса или телеэкран. Как правило, «экспозиционисты» и «толмачи» - в чести только у начинающих репортеров, последние учатся на подобном «дидактическом» материале. Другое заблуждение заключается в уверенности, что можно и нужно обольстить прессу таким образом, что она превратится в податливого союзника. Однако далеко не всегда потраченные деньги на закуски и выпивку для журналистов возвращаются лояльными публикациями, т.к. у квалифицированных работников пера, микрофона и телекамеры есть склонность к манихейству, т.е. опубликованию противоположных точек зрения.

Не следует быть слишком доверчивым к некоторым утверждениям журналистов. Нередко написанное и произнесенное не вполне совпадает с реальностью.

#### **Пишется (говорится)**

#### **Следует иметь в виду**

*«Давно известно, что...»*

Автор не удосужился запастись точными ссылками

*«Хотя нам не удалось проверить полученные сведения...»*

Автор и не пытался сделать это

*«Имеет большое значение...»*

Интересно только для автора

*«Утверждается..., считается..., представляется, что...»*

Так считает только автор

*«Общепринято...»*

Еще пара друзей автора думают так же

*«На заводе мне сказали...»*

Сам автор придумал

*«Блестящая (и все эпитеты*

Деятельность учредителя

с плюсовым знаком)

(спонсора, владельца, рекламодателя)

«Сомнительная (и все эпитеты  
с минусовым знаком)

Действия оппозиции

«Во многих заведениях...»

Об одном каком-то слышал  
автор

«Мы ничего не утверждаем, но...» Именно то, что произносится и  
утверждается в сознании аудитории

Средства массовой информации и журналистов не критикуют только ленивые. Причем недовольство масс-медиа имеет общепланетарный характер. Поводы для упреков одни и те же во всех странах: «шакалы пера и гиены ротационных машин» виноваты в падении производства, нравственности, культуры, в росте преступности, коррупции, наркомании – список стремится к бесконечности. То обстоятельство, что за все эти сплижения и подьемы несут ответственность конкретные должностные лица, принимающие решения, в счет не принимается. Их ошибки не всегда очевидны, тогда как журналисты каждодневно на виду. Оплошности, огрехи, глупости «четвертой» власти, растиражированные на газетных площадях и в эфире, приобретают циклопические размеры. Тогда как процент тупых и нерадивых в любых отраслях человеческого знания и деятельности примерно одинаков. Отсюда впечатление о «толстокожести» журналистов, якобы не воспринимающих критику, что обозначает только специфику профессиональной самозащиты. Хотя право на ошибку журналистов извинял еще Карл Маркс.

Поэтому не всегда соответствуют истинные характеристики журналистов, сформулированные специалистами в области public relations и основанные на них рекомендации по части выстраивания отношений с работниками пера, микрофона и телекамеры. Вот один из таких примеров – мини-пособие «Что нужно знать о журналистах».

1. Почти каждый из них считает себя самым информированным и самым талантливым, особенно тележурналисты. Вывод: избегать лестных слов в адрес других журналистов, подыгрывать, не давить своей солидностью.
2. Коварство большинства журналистов не знает границ: все услышанное от вас может быть скомпилировано против вас и опубликовано. Вывод: одновременно с журналистом (особенно, если он не знакомый) включить свой диктофон.
3. Почти всем свойственны гипертрофированные самолюбие и корысть.
4. Почти все отличаются политической недалекостью и финансовой неграмотностью.
5. Убежденность в том, что они всемогущие и что «четвертая власть» находится на вершине пирамиды.
6. Они действительно сильные, но «четвертая власть», по крайней мере, в России находится то снизу, то сверху – как того захочет «первая», «вторая» или «третья» власти.
7. Большинство журналистов страдает «эксклюзивитом»: в погоне за жареным они забывают все.
8. Шанс стать настоящим журналистом имеют те, кто находится за «почти» или в меньшинстве. Но на них у вас не хватит денег.



Скрытую за безапелляционностью формулу журналистофобии составителя правильнее все же отметить. Так бывает, когда в поединке один из соперников компенсирует недостаток подготовки излишней самоуверенностью в том, будто знает все слабости противника. Представленный набор качеств напоминает «объективку», с которой в известных силовых структурах начинают «разработку» агента, а в пиар-ведомствах, стало быть, – пишущего и снимающего. «Портрет журналиста», увы, меняется в зависимости от географии, исторического момента, политического режима, формы собственности СМИ, формата издания или канала, и общая гребенка здесь – не самый лучший инструмент для рисования. Но и не воздать должное за последнее замечание под номером 8 было бы несправедливым. Как и отметить: количество тех, кто находится «за «почти» или «в меньшинстве» значительно больше, чем представляется составителю руководства.

Однако для конструктивного общения и взаимодействия с журналистами не бесполезно:

1. Идентифицировать его как журналиста, т.е. убедиться в том, что имярек действительно журналист и представляет конкретно существующее средство массовой информации. Заходя в помещение, посмотреть: нет ли в нем телекамер, если есть, то соберитесь, общение с прессой началось. Поэтому не следует перед началом мероприятия производить с помощью носового платка известные манипуляции с носом и т.п. В новостной выпуск (особенно не лояльных каналов) могут попасть именно эти кадры. Целесообразнее сие проделывать в укромном месте.

2. Не расслабляться, особенно в конце беседы, когда неосторожно можно проговориться о важном, но отнюдь не желательном для опубликования.

3. Предварительно научиться грамотно и ясно, правильным русским языком излагать свои мысли, поскольку неверное ударение, коверканье от незнания лексики термины, отсутствие согласования слов в произносимых предложениях, несовпадение падежей могут вызвать соответствующие реакции и оценки в материалах журналистов. Бывший губернатор Свердловской области Алексей Страхов отличался весьма специфической манерой изложения своих мыслей, из чего не всегда было легко понять суть произносимого. Однажды он исполнил непродолжительную речь на брифинге, оппозиционная газета дала расшифровку выступления без правки. Материал оказался прекрасным учебным пособием - «О том, как не следует говорить» - для изучающих родную речь студентов журфака.

4. Действовать по принципу перевернутой пирамиды, отвечая на вопросы, т.е. начинать с главного, переходя затем к деталям по мере убывания из значимости.

5. Отвечать на прямые вопросы, не уклоняясь. Отсутствие комментария интервьюируемого дает простор для воображения, что отнюдь не всегда благо. К тому же репортер может обратиться к другому источнику, и молчание первого будет истолковано, как попытка утаить информацию от общественности. Если вопрос кажется чересчур пристрастным или несправедливым, можно сказать об этом интервьюеру. На встрече с работниками информационных отделов информации органов внутренних дел приволжско-уральского региона слушательница семинара спросила:

– А что мне делать со своим начальником? – И рассказала историю с милиционером, который случайно, предварительного споткнувшись, выстрелил в голову одному из дравшихся подростков. Один из телевизионных каналов дал точку зрения матери пострадавшего и сочувствующих жителей криминально напряженного микрорайона, но отказался предоставить возможность милиции обнародовать свою версию. Хотя первоначально руководство УВД решило скрыть этот факт от общественности. Ситуация красноречиво иллюстрирует тезис: «тайное всегда становится явным». Одно из правил техники безопасности в работе с журналистами: *не замалчивай, не скрывай информацию*, поскольку свершившееся событие может вызвать значительно больший общественный резонанс, когда сведения о нем журналисты получают из других источников, но комментарии последуют более жесткие. «Бей первым, иначе прослывешь эпигоном» – правило для тех, кто хотел бы обладать инициативой в формировании общественного мнения.

6. Помнить, что журналист интервьюирует не только для того, чтобы получить ответы на свои вопросы, но и для наблюдения за вашими привычками, особенностями мимики, жестикულიцией, настроением, впоследствии эти детали, скорее всего, будут «обыграны» в тексте, что не всегда может понравиться интервьюируемому.

7. Сказать о том, что вы не знаете точного ответа на поставленный вопрос, но при этом пообещать, что такая информация будет предоставлена позднее. Выполненное обещание при этом – всегда полезнее для взаимопонимания.

8. Не спорить с интервьюером, даже если у вас есть сильные аргументы, вы можете проиграть в перспективе. Просто улучите возможность повторить свою точку зрения.

9. Не позволять журналисту подсказывать или навязывать вам желательные ему или ей ответы, если это происходит, то подчеркнуть: «Это вы так сказали, я же считаю, что...».

10. Избегать предупреждения журналистов о том, что разговор или часть его – «не для печати». Все, что скрывается, представляет огромный профессиональный интерес для репортеров. Редкий из них удержится от соблазна опубликовать полученную информацию. К тому же многие

работники масс-медиа - сторонники жесткой позиции по отношению к собеседнику: «Он знал, что перед ним – журналист. Я представился, предъявил удостоверение. Так пусть и думает о чем и что следует говорить. Это уже его проблемы».

11. Развивать в разговоре тему не с точки зрения вашей организации, которую вы представляете, а с позиций общественного интереса. В противном случае отсутствие упреков по части «защиты чести мундира» в ваш адрес не гарантируется.

12. Договаривать все, что вы хотите сказать. Если вы считаете, что ваша точка зрения нуждается в пояснении, делайте это.

13. Быть осторожным в использовании хлестких выражений, это всегда нравится журналистам. Ректор вуза в разговоре с молодой журналисткой обронил: «А, журналисты – все продажны!» Фраза была незамедлительно вынесена в заголовок с фамилией произнесшего.

14. Не приклеивать журналистам ярлыки, что граничит с оскорблением. Мэр города назвал как-то в интервью новостную телепрограмму «желтой», после чего в течение недели получал «сдачу» в эфире. Лучший способ – говорить по делу, если не нравится газета или программа, то сказать конкретно, чем и почему. По закону о средствах массовой информации у каждого гражданина есть *право на ответ*, если он не согласен с оценками журналиста, и *право на опровержение*, когда сведения, изложенные в публикации, не соответствуют, по его мнению, действительности. Кроме того, 152-я статья Гражданского Кодекса РФ защищает честь, достоинство и деловую репутацию любого гражданина.

15. Особо важную информацию или заявления хорошенько продумать и, может быть, заучить. Известные попытки пресс-агентов нейтрализовать или объяснить истинный смысл произнесенных VIP-персонами «нестандартных» суждений почти всегда производили жалкое и смешное впечатление. Следует помнить, кроме того, что информация дается журналистам в обмен на публичность, - это, кстати, очень неплохой репутационный гонорар.

16. Не угрожать журналистам. Губернатор области на информационной встрече с журналистами региона, получив, по его мнению, не очень корректный вопрос тележурналиста, произнес следующее: «И запомните, вы пока живете в нашей области». Это прозвучало угрозой. Спустя несколько дней, спрашивавший был избит в подъезде собственного дома. Разумеется, многие средства массовой информации зафиксировали связь высказывания и случившегося.

17. В некоторых вопросах, о которых пишут и снимают, журналисты бывают малокомпетентными, однако сие обстоятельство не есть основание унижать интервьюера намеками на его неподготовленность или тупость: «Надеюсь, вы сумете за полчаса понять, что я буду говорить...». Не исключено, что в тексте газетной публикации «сдача» будет

возвращена таким образом: «Известный своим снобизмом, высокомерием и невоспитанностью имярек сказал...».

18. Бывает, что журналисты, исходя из имеющихся на данный момент представлений о предмете (теме) разговора, навязывают собеседнику свою точку зрения (взгляд, позицию) – это легко заметить в так называемых разговорных жанрах и ток-шоу на телевидении. Формулирование «повестки дня», вынесение на обсуждение «этих» (т.е. предлагаемых ведущим), а не иных, нередко более важных вопросов, – современная технология, требующая отдельного разговора. Здесь только заметим, что квалифицированные собеседники, хорошо владеющие темой, уже пользуются пехитрым приемом, позволяющим избежать манипуляции: «Ваш вопрос, безусловно, интересен, но есть другой, более важный...». После такой реплики следует спокойно излагать свои суждения.

19. Еще о телевидении. Знающие кухню мастеров экранного дела все чаще отказываются от подсьемки «синхрона», т.е. не соглашаются ответить на несколько вопросов приехавшей в офис телебригады, которая де готовит спецрепортаж, и нужна подборка мнения уважаемых людей, экспертов и т.п. Причина в том, что из сказанного будет сделана «нарезка» из отдельных высказываний, подтверждающих тот или иной тезис автора сюжета, программы, репортажа. Если нет желания оказаться «нарезанным» в эфире, следует соглашаться только на прямой эфир.

20. Иметь в виду: текст разговора с журналистом будет выправлен и отредактирован по усмотрению редакции. Работников редакции заботит не только содержание разговора, используемого на полосе, но и форма его подачи, поэтому вынесением произнесенных слов и фраз в заголовки или «врез» не следует раздражаться, как впрочем и тем, что из продолжительного разговора взята лишь незначительная его часть. Все желающие воздействовать на публику делают это. А в большинстве случаев журналист приходит к собеседнику не для того, чтобы поместить в газете все ответы на его вопросы в жанре интервью, а за мнением или комментарием «по поводу...».

21. Прочитывая приспешенное на согласование интервью, не следует опрометчиво вычеркивать свои ответы, которые показались вдруг неуместными, хотя действительно это было произнесено ранее. Журналист может оставить свой вопрос (это его право), но ответа не будет. Нет ничего красноречивее пустого места на газетной полосе напротив заданного вопроса.

***В порядке заключения: ответственность за неисполнение перечисленных рекомендаций не предусмотрена.***

## ПРИВИВКИ ОТ МАНИПУЛЯЦИЙ

Задача противодействия манипулятивному воздействию на средства массовой информации и журналистов, очевидно, не есть только цеховая проблема. Манипуляция информацией – это всегда создание новой реальности взамен существующей. А потому отсутствие адекватного отражения происходящего в масс-медиа способствует созданию иллюзорных представлений у отдельного гражданина о жизни в целом. В свою очередь общественные процессы развиваются не в результате объективного учета действительного положения в политике, экономике, культуре, а становятся итогом реализации многоцелевых «пиарпроектов». Что бы ни говорили теоретики public relations, включая Сэма Блэка, о «достижении гармонии путем информирования», многочисленные практики последних лет (и не только в России) доказывают иное.

«Пиаризация», а попутно и «огосударствление» средств массовой информации конца двадцатого – начала двадцать первого веков способствуют все большему контролю за потоками информации тех, у кого есть власть и достаточные ресурсы. И прогноз по Тоффлеру не утешителен: «Без всякого сомнения, правительства будут изобретать все более утонченные способы лжи для того, чтобы дать разумное объяснение своим эгоистическим действиям и манипулировать все возрастающими в числе средствами массовой информации<sup>1</sup>». Содержание и практика государственной информационной политики, деятельность общественных объединений, активные действия граждан при заданных обстоятельствах могут стать существенными факторами сопротивления. Но ресурсы противодействия манипуляции поимем пока внутри самого профессионального цеха.

Удар начальника ГИБДД города Владивостока по лицу молодой, отчаявшейся от безденежья женщины с ребенком (прямой правый офицера задел и маленького), – стал в конечном итоге поводом для увольнения стража порядка на дорогах. Этого наверняка не случилось, если б не оператор, который просто снимал это безобразие. Все попытки «защитить» начальника аргументами, дескать, «она сама», «удара не было» и т.п. оказывались ничтожными по сравнению с многократно повторенными кадрами по каналам России. Без этого снимающего парня страна так и не узнала бы своего «героя». Ситуация – более чем знаковая. Это – тот случай, когда жертву следует показывать. Это тот случай, когда камера «контролирует действия властей». Это – тот случай, который оправдывает настырность, назойливость, вторжение в событие и подобные «грехи» журналистов, за что они свое систематически и получают в разных формах. Поэтому репортаж с места события, журналистский взгляд, свои источники, собственными руками собранный материал – не только

<sup>1</sup> Тоффлер Э. Метаморфозы власти. М., 2002, с. 417.

свидетельство профессионализма, но и едва ли не главный способ противодействия разного типа манипуляциям. Разумеется, все это стоит денег, времени и прочих ресурсов, но минимизация затрат (финансовых, временных, материальных), увы, приводит только к одному – зависимости от навязываемой другими точки зрения. Когда милиционеры – охранники Генерального консульства США в Екатеринбурге – грубо обошлись со съемочной группой местного телеканала, мотивируя впоследствии свои действия тем, что репортер, оказывается, «материлась и била» доблестного работника правопорядка, в споре «кто прав, а кто виноват» не хватало одного аргумента – включенной видеокамеры.

Одно из условий предохранения от «манипулятивного заражения» – этизация профессии, выработка «профессионально правильных» и приемлемых большинством медиаслужащих набора цеховых стандартов. Трудности на этом пути сколь многочисленны, столь и нелегко преодолимы в силу известных обстоятельств<sup>2</sup>.

Опасность подвергнуться манипуляции сопровождает журналиста повсюду. Когда он собирает (получает) фактические данные, когда обрабатывает и готовит текст публикации (передачи), перед тем, как шеф-редактор поставит его в полосу или эфир, все еще сохраняются возможности изменить информационный продукт. Субъектами манипуляции при этом выступают: источники информации; сам журналист, интерпретирующий собранный материал; заведующий отделом; выпускающий; редактор; учредитель; собственник; спонсор; инвестор; кандидат в депутаты, мэры, губернаторы – список манипуляторов (т.е. фигурантов, претендующих распространить свои смыслы происходящего) может быть продолжен. «Мотивы поведения тех лиц, которые навязывают нам свою точку зрения, должны изучаться. Нужно иметь в виду, что эти мотивы могут быть благородными, низкими или не ясными»<sup>3</sup>. Изучение и понимание скрытых целей всех предлагающих сведения, точку зрения, маркировка их в журналистских текстах (комментариях) – одна из форм сопротивления внешним воздействиям.

Забавные примеры, да и опыт в том числе, дает практика работы так называемых групп контроля при избиркомах за соблюдением участниками избирательной кампании порядка и правил проведения агитации. Автору посчастливилось участвовать в разборах многих преинтересных, часто чрезвычайно изобретательных фактов нарушений избирательного законодательства, а также не творческого учета его изъянов в предвыборной агитации. Это обстоятельство заставило предпринять ряд

<sup>2</sup> Подробный анализ см.: Казаков Ю.В. На пути к профессионально правильному. Российский медиа-этос как территория поиска. М., 2001; Бахштановский В.И., Согомонов Ю.В. Моральный выбор журналиста. Тюмень, 2002.

<sup>3</sup> Профессиональная этика журналиста. Документы и справочные материалы. 2-е издание, исправленное и дополненное. Сост. Казаков Ю.В. М., 2002, с. 268.

мер. А именно: разработать критерии, согласно которым следует относить представленный материал к агитационным или считать его журналистским, т.е. выполненным в соответствии с задачами журналистики как общественного института, а не канала агитационного воздействия. Отличие журналистских материалов от рекламных, пропагандистских, агитационных, «пиаровских» и прочих – задача не для слабонервных, и мы еще вернемся к ней.

Пособие для членов группы контроля содержало такой текст. «**Признаки агитации** – фрагменты газетных текстов, теле и радио передач, которые идентифицируются как вызывающие желание или намерение голосовать «за» или «против». К ним с необходимостью следует отнести:

- 1) прямой призыв голосовать за или против;
- 2) сравнение кандидата (блока, объединения) с другим;
- 3) изложение частичное или полностью предвыборной программы;
- 4) обещания кандидата, лидера избирательного объединения или блока избирателям;
- 5) описание возможных последствий избрания или неизбрания кандидата (списка кандидатов);
- 6) позитивные и негативные оценки кандидата (блока, объединения).

Дальнейшая процедура заключалась в том, что такое лекало накладывалось на текст, вызвавший жалобу или протест. Если находился один из сегментов, подпадающих хотя бы под один из предложенных критериев, материал считался «содержащим признаки агитации». Если же все критерии «лекала» находили свое воплощение в тексте, в этом случае он признавался «агитационным». Практика применения этого инструмента показала, что не достает еще одного компонента. Он был сформулирован таким образом:

Однако всякий раз, при объяснении с журналистами «лекало» подвергалось серьезной критике, правда, участвующая в выборах медийная публика постепенно стала привыкать, поскольку многим хочется играть по общепринятым правилам. Поиск отличий «агитационного» материала от «журналистского» привел к необходимости создания «лекала» для последнего. В результате получилось следующее. Материал не может считаться соответствующим журналистским стандартам, если в нем:

- нет *ссылок* на источники;
- материал основан только на *одном* источнике информации;
- отсутствуют *конкурирующие* точки зрения;
- не представлены *все стороны* и участники события;
- не предоставлено слово *объекту критики*;
- в негативном контексте обозначаются пол, возраст, раса, национальность, язык, профессия, место жительства, отношение к

- религии (персонажа, источника, объекта критики), а также его физические и психические недостатки, фамилия, имя, отчество;
- персонаж (источник, объект критики) называется *виновным* или *преступником*;
  - заголовок, комментарий, оценки *логически* не вытекают из предъявленных фактических сведений.

Большинство из предложенных характеристик текста в ряде стран перешли в разряд профессиональных стандартов *качественной* журналистики. Наложение этой матрицы на подготовленные к опубликованию тексты может, при известных мотивах, выполнить роль *самоаудита*. А также оказаться способом предохранения от манипулятивного воздействия кого бы то ни было, будь то субъект от избирательного объединения, принесший материал в порядке бесплатного опубликования, или «новый русский», желающий прославить собственное дело (читай – «утопить» конкурентов).

Но и эта матрица оказалась не безупречной. Однажды на семинаре новосибирский журналист вызвался написать сугубо пропагандистский материал, пользуясь предложенной методой идентификации журналистских текстов. Логика его рассуждений такова.

1. *Ссылки на источники?* Нет вопросов:
  - а) только на лояльные, т.е. поддерживающие позицию журналиста;
  - б) на созданные самим же автором (имитация писем в редакцию, вброс нужных сведений в Интернет, а затем – ссылка на него и т.п.)
2. *Материал, основанный на одном источнике, – плох?*
  - а) см. п.1 «а»;
  - б) количество источников можно мультиплицировать (умножать) до бесконечности.
3. *Конкурирующие точки зрения?* – Пожалуйста!
  - а) «наша» будет изложена полностью, более конкретно; займет больший объем; будут использованы сильнейшие аргументы;
  - б) «другая» будет представлена частично, в меньшем объеме; декларативно и голословно; будут применены слабейшие аргументы.
- 4, 5. *Слово объекту критики* будет представлено. Даже целых два... самых неусдачных и/или маловразумительных. Журналист и средство массовой информации не обязаны публиковать все...
6. Указанные характеристики можно опубликовать без негативного контекста, но в явно негативной конструкции, например: «Провинциал за 40, подпортивший зрение атенист-натурал» («это я о себе», - сделал ремарку журналист – Б.Л.).
7. Зачем так уж в лоб!? Есть формулировки типа: «признаки нарушения законодательства», «вина пока еще не доказана», «формально вне подозрений» etc. etc.
8. Напротив, заголовок может быть гротескно-комплиментарным! «На таких равняется молодежь!», «Гвозди бы делать из этих людей!» etc. etc.

Скоротечная дискуссия показала, что всякая критика чего бы то ни было базируется на обобщении собственного опыта. Молодой человек, похоже, изрядно поднатерел в диффамационных технологиях. В то же время согласился с возражением о том, что квалифицированный читатель в большинстве случаев идентифицирует тенденциозность отбора источников и их недостоверность, несбалансированность противоположных точек зрения и аргументов, негативный контекст и «негативную конструкцию», нарочитую иронию заголовка. Другое дело,



что подавляющая часть аудитории не имеет соответствующей подготовки в распознавании манипулятивных экзерсисов. Каким образом обеспечить всеобщее образование в этой части – задача не из тривиальных, поскольку в результате оно, с одной стороны, позволяло бы журналисту не только опознавать, но и предохраняться от целенаправленных внешних воздействий на его контенты. С другой стороны, при наличии, of course, соответствующей мотивации, не становится самому субъектом манипулятивного обращения с аудиторией. Что же касается последней, то об укреплении иммунитета ее к рекламным, пропагандистским, «пиаровским» инфекциям пока можно только прекраснодушно рефлексировать. И строить прожекты о поголовных антиманипулятивных прививках населению. Осталось за малым – произвести достаточное количество вакцины. Но это- другая тема.

Известно, что список желающих «водить рукой» журналиста, иными словами, манипулировать им, известен, но не завершен. В него с необходимостью следовало бы включить и всех тех, кто предъявляет претензии к журналисту и/или редакции по причине обнародованной им и/или ею информации. Речь идет о требующих ответа, опровержения, возмещения морального вреда, реже уголовного наказания. Примем за факт, что претензии известной части «задетых» выступлениями журналистов граждан справедливы, и суды их удовлетворяют. Чтобы не попасть в подобные неприятные ситуации разрабатываются «инструкции» по «технике безопасности в работе журналиста».

Другая часть персонажей, ставших объектами внимания прессы, предъявляя претензии, в том числе и через суды, делает это с целью «рассчитаться» с журналистом и/или редакцией за критику. При мало-мальски развитом воображении сие вполне можно считать одной из не банальных форм манипуляции журналистами, которая, в свою очередь, требует специфической методы защиты, доказывания собственной правоты и необходимости опубликования вызвавшего протесты материала. А это можно сделать, если утвердительно ответить на пять главных вопросов.

**Первый:** *соответствуют ли действительности фактические сведения, изложенные в материале (сюжете, программе)?*

При этом соответствие действительности изложенных фактов определяется наличием: не менее двух свидетелей произошедшего (сказанного, увиденного); надлежащим образом оформленных документов, аудио, фото, кино, видео записей; официальных ответов на запросы редакции. Кроме того, если соблюдена профессиональная процедура проверки полученных сведений: повторное обращение к источникам, наличие заключений эксперта, юриста. Наконец, если соблюдены все шесть условий (согласно ст.57 ЗРФ «О средствах массовой информации»),

при которых журналист и редакция освобождаются от ответственности за распространение сведений, не соответствующих действительности.

**Второй:** получены ли эти сведения *законными способами*?

«Законные» способы: официальный запрос информации; исчерпывающее исполнение прав и обязанностей журналиста (согласно ст. 47, 49 ЗРФ «О СМИ»); соблюдение требований ст. 50 «Скрытая запись» ЗРФ «О СМИ»; визирование интервью должностного лица (ст. 3 ЗРФ «О СМИ»); исполнение требований ЗРФ «О государственной тайне», а также отсутствие признаков нарушения авторских и смежных прав (ст. 145 УК РФ). Помимо этого, информация считается полученной законным способом, если соблюдены все предусмотренные процедуры и режимы получения документов в государственных и общественных организациях. В Кодексе профессиональной этики российского журналиста также подчеркивается: «При выполнении своих профессиональных обязанностей журналист не прибегает к незаконным и недостойным способам получения информации».

**Третий:** представляют ли опубликованные сведения *общественный интерес*?

Информация представляет общественный интерес в том случае, когда ее распространение способствует *благополучию, благосостоянию, безопасности большинства* аудитории данного средства массовой информации и/или третьих лиц. Акт нарушения законных прав и интересов отдельного гражданина в большинстве случаев есть событие, представляющее общественную значимость<sup>4</sup>. Конкретизацию этого «правила четырех «Б» легко найти в существующем российском законодательстве. Например, согласно Указу Президента РФ «О дополнительных гарантиях прав граждан на информацию», где информацией, представляющей общественный интерес, маркируются сведения о деятельности государственных органов, организаций и предприятий, общественных объединений, должностных лиц и принимаемых ими решениях, связанных с соблюдением, охраной и защитой прав и законных интересов граждан. Сведения, не подлежащие засекречиванию и отмеченные в ст. 7 ЗРФ «О государственной тайне», также являют собой не что иное, как общественно значимую информацию.

**Четвертый:** *минимизируется ли вред* персонажу (источнику материала) в тексте публикации (передачи)?

*Минимизация вреда* достигается: обеспечением конфиденциальности источника информации (ст. 41 ЗРФ «О СМИ»), права на ответ и опровержение (ст. 43, 46 ЗРФ «О СМИ»); отсутствием злоупотреблений правами журналиста (ст. 51 ЗРФ «О СМИ»); изъятием признаков нарушения равноправия граждан по принципам расы, национальности или

---

<sup>4</sup> В данном контексте термин «общественно значимая» информация и информация, представляющая «общественный интерес», - одно и то же.

отношения к религии (ст.74 УК РФ); отсутствием признаков клеветы и оскорбления (ст. 129, 130 УК РФ); сохранением тайны переписки, телефонных переговоров и телеграфных сообщений (ст. 135 УК РФ); отсутствием нарушений неприкосновенности жилища граждан (ст. 136 УК РФ); отсутствием признаков нарушения ст.152 ГК РФ «Защита чести, достоинства и деловой репутации». К минимизации вреда следует с необходимостью отнести также и норму из Кодекса профессиональной этики российского журналиста, которая предлагает журналисту воздерживаться «называть по имени жертву преступления и публиковать материалы, ведущие к установлению личности этой жертвы». С особой строгостью это соблюдается, «когда журналистское сообщение может затронуть интересы несовершеннолетних». Многочисленные приемы минимизации можно отыскать в профессионально-этических кодексах журналистов других стран. Шведские коллеги, например, считают нормой, и записали в свой «Этический кодекс для работников прессы, радио и телевидения» следующее: «Дайте возможность человеку, в чей адрес были высказаны критические замечания, ответить на них»<sup>5</sup>. А российская Гильдия судебных репортеров руководствуется таким правилом: «Любое лицо, которое становится объектом нашей критики, имеет право изложить свою точку зрения, как правило, до передачи материала в печать или в эфир»<sup>6</sup>. Забота об ограничении неприятностей от распространения информации проявляется, в частности, на телевидении и в том, что ответственные шеф-редакторы новостей не дают в эфир сюжеты, поведение людей в которых могут вызвать эффект подражания: минирование школ и общественных зданий, эффектные способы привлечения внимания публики. Требование - «Не предоставлять слово террористам для деклараций» - усилиями государства и медийного цеха уже приближается к норме профессионально правильного поведения репортеров. Отказ американских телеканалов показывать погибающих в развалинах всемирного торгового центра несчастных людей в сентябре 2001-го – общечеловеческое стремление не умножать горе и трагедию.

**Пятый:** способствует опубликование материала (передачи) *максимизации блага* для большинства аудитории?

*Максимизация блага* обеспечивается: подчеркиванием пользы, которую принесет публикация; предупреждением об опасности; советами экспертов. В «Международных принципах журналистской этики» записано: «В журналистике информация понимается как общественное благо, а не как предмет потребления (в другом переводе – «не как удобство» - Б.Л.). Это означает, что журналист разделяет ответственность за переданную информацию. Он ответственен не только перед теми, кто

---

<sup>5</sup> Профессиональная этика журналиста. Документы и справочные материалы. 2-е издание, исправленное и дополненное. Сост. Каззиков Ю.В. М., 2002, с. 210.

<sup>6</sup> Там же, с. 221.

контролирует средства массовой информации, но, прежде всего, перед широкой общественностью, принимая во внимание различные социальные интересы»<sup>7</sup>.

Соблюдение этих нехитрых, но и не банальных предосторожностей, способно при надлежащей мотивации снизить силу внешних воздействий на журналистику.

---

<sup>7</sup> Право и этика в работе журналиста. Екатеринбург, 1966, с. 198.

## ПРИЛОЖЕНИЯ

### КОНСТИТУЦИЯ РФ (извлечения)

#### *Статья 23.*

1. Каждый имеет право на неприкосновенность частной жизни, личную и семейную тайну, защиту своей чести и доброго имени.
2. Каждый имеет право на тайну переписки, телефонных переговоров, почтовых, телеграфных и иных сообщений. Ограничение этого права допускается только на основании судебного решения.

#### *Статья 24.*

1. Сбор, хранение, использование и распространение информации о частной жизни лица без его согласия не допускаются.
2. Органы государственной власти и органы местного самоуправления, их должностные лица обязаны обеспечить каждому возможность ознакомления с документами и материалами, непосредственно затрагивающими его права и свободы, если иное не предусмотрено законом.

#### *Статья 29.*

1. Каждому гарантируется свобода мысли и слова.
2. Не допускаются пропаганда или агитация, возбуждающие социальную, расовую, национальную или религиозную ненависть и вражду. Запрещается пропаганда социального, расового, национального, религиозного или языкового превосходства.
3. Никто не может быть принужден к выражению своих мнений и убеждений или отказу от них.
4. Каждый имеет право свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом. Перечень сведений, составляющих государственную тайну, определяется федеральным законом.
5. Гарантируется свобода массовой информации. Цензура запрещается.

# **ЗАКОН О СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**

(в ред. Федеральных законов

от 13.01.1995 N 6-ФЗ, от 06.06.1995 N 87-ФЗ,  
от 19.07.1995 N 114-ФЗ, от 27.12.1995 N 211-ФЗ,  
от 02.03.1998 N 30-ФЗ, от 20.06.2000 N 90-ФЗ,  
от 05.08.2000 N 110-ФЗ, от 04.08.2001 N 107-ФЗ,  
от 21.03.2002 N 31-ФЗ, от 25.07.2002 N 112-ФЗ,  
от 25.07.2002 N 116-ФЗ, от 04.07.2003 N 94-ФЗ,  
от 08.12.2003 N 169-ФЗ, от 29.06.2004 г. N 58-ФЗ  
от 22.08.2004 N 122-ФЗ, от 02.11.2004 N 127-ФЗ)

## **Глава I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

### *Статья 1. Свобода массовой информации*

В Российской Федерации

поиск, получение, \_ производство и распространение массовой информации,

учреждение средств массовой информации, владение, пользование и распоряжение ими,

изготовление, приобретение, хранение и эксплуатация технических устройств и оборудования, сырья и материалов, предназначенных для производства и распространения продукции средств массовой информации,

не подлежат ограничениям, за исключением предусмотренных законодательством Российской Федерации о средствах массовой информации.

### *Статья 2. Средства массовой информации. Основные понятия*

Для целей настоящего Закона:

под массовой информацией понимаются предназначенные для неограниченного круга лиц печатные, аудио-, аудиовизуальные и иные сообщения и материалы;

под средством массовой информации понимается периодическое печатное издание, радио-, теле-, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации;

под периодическим печатным изданием понимается газета, журнал, альманах, бюллетень, иное издание, имеющее постоянное название, текущий номер и выходящее в свет не реже одного раза в год;

под радио-, теле-, видео-, кинохроникальной программой понимается совокупность периодических аудио-, аудиовизуальных сообщений и материалов (передач), имеющая постоянное название и выходящая в свет (в эфир) не реже одного раза в год;

под продукцией средства массовой информации понимается тираж или часть тиража отдельного номера периодического печатного издания, отдельный выпуск радио-, теле-, кинохроникальной программы, тираж или часть тиража аудио- или видеозаписи программы;

под распространением продукции средства массовой информации понимается продажа (подписка, доставка, раздача) периодических печатных изданий, аудио- или видеозаписей программ, трансляция радио-, телепрограмм (вещание), демонстрация кинохроникальных программ;

под специализированным средством массовой информации понимается такое средство массовой информации, для регистрации или распространения продукции которого настоящим Законом установлены специальные правила;

под редакцией средства массовой информации понимается организация, учреждение, предприятие либо гражданин, объединение граждан, осуществляющие производство и выпуск средства массовой информации;

под главным редактором понимается лицо, возглавляющее редакцию (независимо от наименования должности) и принимающее окончательные решения в отношении производства и выпуска средства массовой информации;

под журналистом понимается лицо, занимающееся редактированием, созданием, сбором или подготовкой сообщений и материалов для редакции зарегистрированного средства массовой информации, связанное с ней трудовыми или иными договорными отношениями либо занимающееся такой деятельностью по ее уполномочию;

под издателем понимается издательство, иное учреждение, предприятие (предприниматель), осуществляющее материально-техническое обеспечение производства продукции средства массовой информации, а также приравненное к издателю юридическое лицо или гражданин, для которого эта деятельность не является основной либо не служит главным источником дохода;

под распространителем понимается лицо, осуществляющее распространение продукции средства массовой информации по договору с редакцией, издателем или на иных законных основаниях.

### *Статья 3. Недопустимость цензуры*

Цензура массовой информации, то есть требование от редакции средства массовой информации со стороны должностных лиц, государственных органов, организаций, учреждений или общественных объединений предварительно согласовывать сообщения и материалы (кроме случаев, когда должностное лицо является автором или интервьюируемым), а равно наложение запрета на распространение сообщений и материалов, их отдельных частей, - не допускается.

Создание и финансирование организаций, учреждений, органов или должностей, в задачи либо функции которых входит осуществление цензуры массовой информации, - не допускается.

*Статья 4. Недопустимость злоупотребления свободой массовой информации*

Не допускается использование средств массовой информации в целях совершения уголовно наказуемых деяний, для разглашения сведений, составляющих государственную или иную специально охраняемую законом тайну, для осуществления экстремистской деятельности, а также для распространения передач, пропагандирующих порнографию, культ насилия и жестокости.

(в ред. Федеральных законов от 19.07.1995 N 114-ФЗ, от 25.07.2002 N 112-ФЗ)

Запрещается использование в теле-, видео-, кинопрограммах, документальных и художественных фильмах, а также в информационных компьютерных файлах и программах обработки информационных текстов, относящихся к специальным средствам массовой информации, скрытых вставок, воздействующих на подсознание людей и (или) оказывающих вредное влияние на их здоровье.

(в ред. Федерального закона от 19.07.1995 N 114-ФЗ)

Запрещаются распространение в средствах массовой информации, а также в компьютерных сетях сведений о способах, методах разработки, изготовления и использования, местах приобретения наркотических средств, психотропных веществ и их прекурсоров, пропаганда каких-либо преимуществ использования отдельных наркотических средств, психотропных веществ, их аналогов и прекурсоров, за исключением рекламы наркотических средств и психотропных веществ, внесенных в списки II и III в соответствии с Федеральным законом "О наркотических средствах и психотропных веществах", в средствах массовой информации, рассчитанных на медицинских и фармацевтических работников, а также распространение иной информации, распространение которой запрещено федеральными законами.

(часть третья введена Федеральным законом от 20.06.2000 N 90-ФЗ)

*Статья 5. Законодательство о средствах массовой информации*

Законодательство Российской Федерации о средствах массовой информации состоит из настоящего Закона и издаваемых в соответствии с ним иных нормативных правовых актов.

Если межгосударственным договором, заключенным Российской Федерацией, предусмотрены для организации и деятельности средств массовой информации иные правила, чем установленные настоящим Законом, применяются правила межгосударственного договора.

*Статья 6. Применение Закона*



Настоящий Закон применяется в отношении средств массовой информации, учреждаемых в Российской Федерации, а для создаваемых за ее пределами - лишь в части, касающейся распространения их продукции в Российской Федерации.

Юридические лица и граждане других государств, лица без гражданства пользуются правами и несут обязанности, предусмотренные настоящим Законом, наравне с организациями и гражданами Российской Федерации, если иное не установлено законом.

## **Глава II. ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**

### *Статья 7. Учредитель*

Учредителем (соучредителем) средства массовой информации может быть гражданин, объединение граждан, организация, государственный орган.

Не может выступать учредителем:

гражданин, не достигший восемнадцатилетнего возраста, либо отбывающий наказание в местах лишения свободы по приговору суда, либо душевнобольной, признанный судом недееспособным;

объединение граждан, предприятие, учреждение, организация, деятельность которых запрещена по закону;

гражданин другого государства или лицо без гражданства, не проживающее постоянно в Российской Федерации.

Соучредители выступают в качестве учредителя совместно.

### *Статья 8. Регистрация средства массовой информации*

Редакция средства массовой информации осуществляет свою деятельность после его регистрации.

Заявление о регистрации средства массовой информации, продукция которого предназначена для распространения преимущественно:

на всей территории Российской Федерации, за ее пределами, на территории нескольких субъектов Российской Федерации, - подается учредителем в Федеральную службу по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия.

на территории субъекта Российской Федерации, территории муниципального образования - подается учредителем в соответствующие территориальные органы Федеральной службы по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия.

Учредителю либо лицу, действующему по его уполномочию, высылается (выдается) уведомление о приеме заявления с указанием даты

поступления. Заявление о регистрации подлежит рассмотрению регистрирующим органом в месячный срок с указанной даты.

Средство массовой информации считается зарегистрированным со дня выдачи свидетельства о регистрации.

Учредитель сохраняет за собой право приступить к производству продукции средства массовой информации в течение одного года со дня выдачи свидетельства о регистрации. В случае пропуска этого срока свидетельство о регистрации средства массовой информации признается недействительным.

#### *Статья 9. Недопустимость повторной регистрации*

Зарегистрированное средство массовой информации не может быть повторно зарегистрировано в том же или ином регистрирующем органе.

В случае установления судом факта повторной регистрации законной признается первая по дате регистрация.

#### *Статья 10. Заявление о регистрации*

В заявлении о регистрации средства массовой информации должны быть указаны:

- 1) сведения об учредителе (соучредителях), обусловленные требованиями настоящего Закона;
- 2) название средства массовой информации;
- 3) язык (языки);
- 4) адрес редакции;
- 5) форма периодического распространения массовой информации;
- 6) предполагаемая территория распространения продукции;
- 7) примерная тематика и (или) специализация;
- 8) предполагаемые периодичность выпуска, максимальный объем средства массовой информации;
- 9) источники финансирования;
- 10) сведения о том, в отношении каких других средств массовой информации заявитель является учредителем, собственником, главным редактором (редакцией), издателем или распространителем.

К заявлению прилагается документ, удостоверяющий уплату государственной пошлины.

Предъявление иных требований при регистрации средства массовой информации запрещается.

#### *Статья 11. Перерегистрация и уведомление*

Смена учредителя, изменение состава соучредителей, а равно названия, языка, формы периодического распространения массовой информации, территории распространения его продукции допускается лишь при условии перерегистрации средства массовой информации.

Перерегистрация средств массовой информации осуществляется в том же порядке, что и их регистрация.

Перерегистрация средства массовой информации, деятельность которого прекращена судом, не допускается.

При изменении местонахождения редакции, периодичности выпуска и максимального объема средства массовой информации учредитель обязан в месячный срок письменно уведомить об этом регистрирующий орган.

#### *Статья 12. Освобождение от регистрации*

Не требуется регистрация:

средств массовой информации, учреждаемых органами государственной власти и органами местного самоуправления исключительно для издания их официальных сообщений и материалов, нормативных и иных актов;

периодических печатных изданий тиражом менее одной тысячи экземпляров;

радио- и телепрограмм, распространяемых по кабельным сетям, ограниченным помещением и территорией одного государственного учреждения, учебного заведения или промышленного предприятия либо имеющим не более десяти абонентов;

аудио- и видеопрограмм, распространяемых в записи тиражом не более десяти экземпляров.

#### *Статья 13. Отказ в регистрации*

Отказ в регистрации средства массовой информации возможен только по следующим основаниям:

1) если заявление подано от имени гражданина, объединения граждан, предприятия, учреждения, организации, не обладающих правом на учреждение средств массовой информации в соответствии с настоящим Законом;

2) если указанные в заявлении сведения не соответствуют действительности;

3) если название, примерная тематика и (или) специализация средства массовой информации представляют злоупотребление свободой массовой информации в смысле части первой статьи 4 настоящего Закона;

4) если данным регистрирующим органом зарегистрировано средство массовой информации с теми же названием и формой распространения массовой информации.

Извещение об отказе в регистрации направляется заявителю в письменной форме с указанием оснований отказа, предусмотренных настоящим Законом.

Заявление о регистрации средства массовой информации возвращается заявителю без рассмотрения, с указанием основания возврата:

1) если заявление подано с нарушением требований части второй статьи 8 или части первой статьи 10 настоящего Закона;

2) если заявление от имени учредителя подано лицом, не имеющим на то полномочий;

3) если не уплачена государственная пошлина.

После устранения нарушений заявление принимается к рассмотрению.

#### *Статья 14. Государственная пошлина*

За государственную регистрацию средства массовой информации, за выдачу дубликата свидетельства о государственной регистрации, за внесение изменений в свидетельство о регистрации уплачивается государственная пошлина в размерах и порядке, которые установлены законодательством Российской Федерации о налогах и сборах.

#### *Статья 15. Признание свидетельства о регистрации недействительным*

Свидетельство о регистрации средства массовой информации может быть признано недействительным исключительно судом в порядке гражданского судопроизводства по заявлению регистрирующего органа только в случаях:

1) если свидетельство о регистрации получено обманным путем;

2) если средство массовой информации не выходит в свет (в эфир) более одного года;

3) если устав редакции или заменяющий его договор не принят и (или) не утвержден в течение трех месяцев со дня первого выхода в свет (в эфир) данного средства массовой информации;

4) если имела место повторная регистрация данного средства массовой информации.

#### *Статья 16. Прекращение и приостановление деятельности*

Деятельность средства массовой информации может быть прекращена или приостановлена только по решению учредителя либо судом в порядке гражданского судопроизводства по иску регистрирующего органа.

Учредитель имеет право прекратить или приостановить деятельность средства массовой информации исключительно в случаях и порядке, предусмотренных уставом редакции или договором между учредителем и редакцией (главным редактором).

Основанием для прекращения судом деятельности средства массовой информации являются неоднократные в течение двенадцати месяцев нарушения редакцией требований статьи 4 настоящего Закона, по поводу которых регистрирующим органом делались письменные предупреждения учредителю и (или) редакции (главному редактору), а равно неисполнение постановления суда о приостановлении деятельности средства массовой информации.

Деятельность средства массовой информации может быть также прекращена в порядке и по основаниям, предусмотренным Федеральным законом "О противодействии экстремистской деятельности".

(часть четвертая введена Федеральным законом от 25.07.2002 N 112-ФЗ)

Основанием для приостановления судом (судьей) деятельности средства массовой информации может служить только необходимость обеспечения иска, предусмотренного частью первой настоящей статьи.

Прекращение деятельности средства массовой информации влечет недействительность свидетельства о его регистрации и устава редакции.

*Статья 16.1. Приостановление выпуска средства массовой информации за нарушение законодательства Российской Федерации о выборах и референдумах* (введена Федеральным законом от 04.07.2003 N 94-ФЗ).

Если в период избирательной кампании, кампании референдума после вступления в силу решения суда о привлечении главного редактора или редакции радио- и телепрограммы, периодического печатного издания, иной организации, осуществляющей выпуск средства массовой информации (далее - организация, осуществляющая выпуск средства массовой информации), к административной ответственности за нарушение законодательства Российской Федерации о выборах и референдумах этот главный редактор или эта организация допустит повторное нарушение законодательства Российской Федерации о выборах и референдумах, Центральная избирательная комиссия Российской Федерации, а в случае, если продукция средства массовой информации предназначена для распространения на территории субъекта Российской Федерации, также избирательная комиссия соответствующего субъекта Российской Федерации вправе обратиться в федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий регистрацию средств массовой информации, с представлением о приостановлении выпуска средства массовой информации, использованного в целях совершения указанных нарушений. Указанный федеральный орган исполнительной власти в пятидневный срок, но не позднее дня, предшествующего дню голосования, а в день, предшествующий дню голосования, и в день голосования немедленно осуществляет с привлечением заинтересованных лиц проверку фактов, изложенных в представлении, и обращается в суд с заявлением о приостановлении выпуска средства массовой информации, использованного в целях совершения указанных нарушений, либо направляет в соответствующую избирательную комиссию мотивированный отказ от обращения в суд с указанным заявлением. Мотивированный отказ от обращения в суд с заявлением о приостановлении выпуска средства массовой информации не препятствует применению к организации, осуществляющей выпуск указанного средства массовой информации, иных мер ответственности, предусмотренных законодательством Российской Федерации, включая предупреждение.

Федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий регистрацию средств массовой информации, не вправе отказать от обращения в суд на основании представления соответствующей

избирательной комиссии о приостановлении выпуска средства массовой информации, если главным редактором или организацией, осуществляющей выпуск средства массовой информации, в период одной избирательной кампании, кампании референдума совершено более двух нарушений законодательства Российской Федерации о выборах и референдумах, повлекших назначение административного наказания на основании вступивших в силу решений суда.

Рассмотрение судом указанных в настоящей статье заявлений о приостановлении выпуска средства массовой информации осуществляется в порядке и сроки, которые установлены для производства по делам о защите избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации.

Приостановление выпуска средства массовой информации по предусмотренным настоящей статьей основаниям осуществляется судом на срок до момента окончания голосования на выборах, референдуме, а в случае, если проводится повторное голосование, - до момента окончания повторного голосования.

В целях настоящей статьи нарушением главным редактором или организацией, осуществляющей выпуск средства массовой информации, законодательства Российской Федерации о выборах и референдумах признается нарушение этим главным редактором или этой организацией установленного указанным законодательством порядка информирования избирателей, участников референдума, проведения предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума, предусмотренное законодательством об административных правонарушениях.

Для целей настоящей статьи не признается нарушением законодательства Российской Федерации о выборах и референдумах распространение в средстве массовой информации материалов и сообщений, за содержание которых главный редактор или организация, осуществляющая выпуск средства массовой информации, не несет ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации о средствах массовой информации.

#### *Статья 17. Возникновение прав и обязанностей*

Права и обязанности учредителя и редакции, предусмотренные настоящим Законом, возникают с момента регистрации средства массовой информации, а предусмотренные уставом редакции - с момента его утверждения. Учредитель, редакция, издатель, распространитель могут дополнительно установить на договорной основе взаимные права и обязанности. Положения устава и договоров не должны противоречить настоящему Закону и иным актам законодательства Российской Федерации.

### *Статья 18. Статус учредителя*

Учредитель утверждает устав редакции и (или) заключает договор с редакцией средства массовой информации (главным редактором).

Учредитель вправе обязать редакцию поместить бесплатно и в указанный срок сообщение или материал от его имени (заявление учредителя). Максимальный объем заявления учредителя определяется в уставе редакции, ее договоре либо ином соглашении с учредителем. По претензиям и искам, связанным с заявлением учредителя, ответственность несет учредитель. Если принадлежность указанного сообщения или материала учредителю не оговорена редакцией, она выступает ответчиком.

Учредитель не вправе вмешиваться в деятельность средства массовой информации, за исключением случаев, предусмотренных настоящим Законом, уставом редакции, договором между учредителем и редакцией (главным редактором).

Учредитель может передать свои права и обязанности третьему лицу с согласия редакции и соучредителей. В случае ликвидации или реорганизации учредителя - объединения граждан, предприятия, учреждения, организации, государственного органа его права и обязанности в полном объеме переходят к редакции, если иное не предусмотрено уставом редакции.

Учредитель может выступать в качестве редакции, издателя, распространителя, собственника имущества редакции.

### *Статья 19. Статус редакции*

Редакция осуществляет свою деятельность на основе профессиональной самостоятельности.

Редакция может быть юридическим лицом, самостоятельным хозяйствующим субъектом, организованным в любой допускаемой законом форме. Если редакция зарегистрированного средства массовой информации организуется в качестве предприятия, то она подлежит также регистрации в соответствии с федеральным законом о государственной регистрации юридических лиц и помимо производства и выпуска средства массовой информации вправе осуществлять в установленном порядке иную, не запрещенную законом деятельность.

(в ред. Федеральных законов от 21.03.2002 N 31-ФЗ, от 08.12.2003 N 169-ФЗ)

Исключена ФЗ N 127 от 2.11.2004 г.

Редакция может выступать в качестве учредителя средства массовой информации, издателя, распространителя, собственника имущества редакции.

Редакцией руководит главный редактор, который осуществляет свои полномочия на основе настоящего Закона, устава редакции, договора между учредителем и редакцией (главным редактором). Главный редактор

представляет редакцию в отношениях с учредителем, издателем, распространителем, гражданами, объединениями граждан, предприятиями, учреждениями, организациями, государственными органами, а также в суде. Он несет ответственность за выполнение требований, предъявляемых к деятельности средства массовой информации настоящим Законом и другими законодательными актами Российской Федерации.

*Статья 19.1. Ограничения, связанные с учреждением теле-, видеопрограмм и организаций (юридических лиц), осуществляющих телевещание* (введена Федеральным законом от 04.08.2001 N 107-ФЗ).

Иностранное юридическое лицо, а равно российское юридическое лицо с иностранным участием, доля (вклад) иностранного участия в уставном (складочном) капитале которого составляет 50 процентов и более, гражданин Российской Федерации, имеющий двойное гражданство, не вправе выступать учредителями теле-, видеопрограмм.

Иностранный гражданин, лицо без гражданства и гражданин Российской Федерации, имеющий двойное гражданство, иностранное юридическое лицо, а равно российское юридическое лицо с иностранным участием, доля (вклад) иностранного участия в уставном (складочном) капитале которого составляет 50 процентов и более, не вправе учреждать организации (юридические лица), осуществляющие телевещание, зона уверенного приема передач которых охватывает половину и более половины субъектов Российской Федерации либо территорию, на которой проживает половина и более половины численности населения Российской Федерации.

Отчуждение акций (долей) учредителем теле-, видеопрограммы, в том числе после ее регистрации, организацией (юридическим лицом), осуществляющей (осуществляющим) телевещание, зона уверенного приема передач которой (которого) охватывает половину и более половины субъектов Российской Федерации либо территорию, на которой проживает половина и более половины численности населения Российской Федерации, повлекшее появление в их уставном (складочном) капитале доли (вклада) иностранного участия, составляющей 50 процентов и более, не допускается.

*Статья 20. Устав редакции*

Устав редакции средства массовой информации принимается на общем собрании коллектива журналистов - штатных сотрудников редакции большинством голосов при наличии не менее двух третей его состава и утверждается учредителем.

В уставе редакции должны быть определены:

- 1) взаимные права и обязанности учредителя, редакции, главного редактора;
- 2) полномочия коллектива журналистов - штатных сотрудников редакции;



3) порядок назначения (избрания) главного редактора, редакционной коллегии и (или) иных органов управления редакцией;

4) основания и порядок прекращения и приостановления деятельности средства массовой информации;

5) передача и (или) сохранение права на название, иные юридические последствия смены учредителя, изменения состава соучредителей, прекращения деятельности средства массовой информации, ликвидации или реорганизации редакции, изменения ее организационно-правовой формы;

6) порядок утверждения и изменения устава редакции, а также иные положения, предусмотренные настоящим Законом и другими законодательными актами.

До утверждения устава редакции, а также если редакция состоит менее чем из десяти человек, ее отношения с учредителем, включая вопросы, перечисленные в пунктах 1 - 5 части второй настоящей статьи, могут определяться заменяющим устав договором между учредителем и редакцией (главным редактором).

Устав редакции, организуемой в качестве предприятия, может являться одновременно уставом данного предприятия. В этом случае устав редакции должен соответствовать также законодательству о предприятиях и предпринимательской деятельности.

Копия устава редакции или заменяющего его договора направляется в регистрирующий орган не позднее трех месяцев со дня первого выхода в свет (в эфир) данного средства массовой информации. При этом редакция вправе оговорить, какие сведения, содержащиеся в ее уставе или заменяющем его договоре, составляют коммерческую тайну.

#### *Статья 21. Статус издателя*

Издатель осуществляет свои права и несет обязанности на основе данного Закона, Федерального закона "О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации", законодательства об издательском деле, предприятиях и предпринимательской деятельности (в ред. Федерального закона от 13.01.1995 N 6-ФЗ).

Издатель может выступать в качестве учредителя средства массовой информации, редакции, распространителя, собственника имущества редакции.

#### *Статья 22. Договоры*

Договором между соучредителями средства массовой информации определяются их взаимные права, обязанности, ответственность, порядок, условия и юридические последствия изменения состава соучредителей, процедура разрешения споров между ними.

Договором между учредителем и редакцией (главным редактором) определяются производственные, имущественные и финансовые

отношения между ними: порядок выделения и использования средств на содержание редакции, распределения прибыли, образования фондов и возмещения убытков, обязательства учредителя по обеспечению надлежащих производственных и социально-бытовых условий жизни и труда сотрудников редакции. Стороной в договоре с редакцией может быть каждый соучредитель в отдельности либо все соучредители вместе.

Договором между редакцией и издателем определяются производственные, имущественные и финансовые отношения между ними, взаимное распределение издательских прав, обязательства издателя по материально-техническому обеспечению производства продукции средства массовой информации и ответственность сторон.

Учредитель, редакция (главный редактор) и издатель могут заключать также иные договоры между собой, а также с распространителем.

#### *Статья 23. Информационные агентства*

При применении настоящего Закона в отношении информационных агентств на них одновременно распространяются статус редакции, издателя, распространителя и правовой режим средства массовой информации.

Бюллетень, вестник, иное издание или программа с постоянным названием, учреждаемые информационным агентством, регистрируются в порядке, установленном настоящим Законом.

При распространении сообщений и материалов информационного агентства другим средством массовой информации ссылка на информационное агентство обязательна.

#### *Статья 24. Иные средства массовой информации*

Правила, установленные настоящим Законом для периодических печатных изданий, применяются в отношении периодического распространения тиражом тысяча и более экземпляров текстов, созданных с помощью компьютеров и (или) хранящихся в их банках и базах данных, а равно в отношении иных средств массовой информации, продукция которых распространяется в виде печатных сообщений, материалов, изображений.

Правила, установленные настоящим Законом для радио- и телепрограмм, применяются в отношении периодического распространения массовой информации через системы телетекста, видеотекста и иные телекоммуникационные сети, если законодательством Российской Федерации не установлено иное.

### **Глава III. РАСПРОСТРАНЕНИЕ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**

#### *Статья 25. Порядок распространения*

Воспрепятствование осуществляемому на законном основании распространению продукции средств массовой информации со стороны граждан, объединений граждан, должностных лиц, предприятий, учреждений, организаций, государственных органов - не допускается.

Распространение продукции средства массовой информации считается коммерческим, если за нее взимается плата. Продукция, предназначенная для некоммерческого распространения, должна иметь пометку "Бесплатно" и не может быть предметом коммерческого распространения.

Демонстрация видеозаписей программ в жилых помещениях, а равно снятие единичных копий с них, если при этом не взимается плата прямо или косвенно, не считается распространением продукции средства массовой информации в смысле настоящего Закона.

Розничная продажа, в том числе с рук, тиража периодических печатных изданий не подлежит ограничениям, за исключением предусмотренных настоящим Законом. Розничная продажа тиража периодических печатных изданий в местах, не являющихся общедоступными, - помещениях и иных объектах, в отношении которых собственником или лицом, уполномоченным управлять его имуществом, установлен особый режим пользования, - допускается не иначе как с согласия указанных лиц.

В случае нарушения редакцией, издателем или распространителем имущественных либо личных неимущественных прав авторов и в иных случаях, предусмотренных законом, распространение продукции средства массовой информации может быть прекращено по решению суда.

#### *Статья 26. Выход в свет (в эфир)*

Распространение продукции средства массовой информации допускается только после того, как главным редактором дано разрешение на выход в свет (в эфир).

#### *Статья 27. Выходные данные*

Каждый выпуск периодического печатного издания должен содержать следующие сведения:

- 1) название издания;
- 2) учредитель (соучредители);
- 3) фамилия, инициалы главного редактора;
- 4) порядковый номер выпуска и дата его выхода в свет, а для газет - также время подписания в печать (установленное по графику и фактическое);
- 5) индекс - для изданий, распространяемых через предприятия связи;
- 6) тираж;
- 7) цена, либо пометка "Свободная цена", либо пометка "Бесплатно";

8) адреса редакции, издателя, типографии.

При каждом выходе радио- или телепрограммы в эфир, а при непрерывном вещании не реже четырех раз в сутки редакция обязана объявлять название программы.

Каждая копия аудио-, видео- или кинохроникальной программы должна содержать следующие сведения:

- 1) название программы;
- 2) дата выхода в свет (в эфир) и номер выпуска;
- 3) фамилия, инициалы главного редактора;
- 4) тираж;
- 5) редакция и ее адрес;
- 6) цена, либо пометка "Свободная цена", либо пометка "Бесплатно".

Сообщения и материалы информационного агентства должны сопровождаться его названием.

Если средство массовой информации не освобождено от регистрации, то в выходных данных указывается также зарегистрировавший его орган и регистрационный номер.

#### *Статья 28. Тираж*

Тираж периодического печатного издания, аудио-, видео-, кинохроникальной программы определяется главным редактором по согласованию с издателем.

Изъятие, а равно уничтожение тиража или его части допускается не иначе как по вступившему в силу решению суда.

Ч.3. Исключена Ф3 N 127 от 2.11.2004 г.

#### *Статья 29. Обязательные экземпляры*

Исключена Ф3N 58 от 29.06.2004 г.

#### *Статья 30. Федеральная комиссия по телерадиовещанию*

Исключена Ф3 N 122 от 22.08.2004 г.

#### *Статья 31. Лицензия на вещание*

Лицензии на вещание выдаются федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным Правительством Российской Федерации.

Лицензия на вещание дает ее держателю право, используя технические средства эфирного, проводного или кабельного телерадиовещания, в том числе находящиеся в его собственности, осуществлять с соблюдением лицензионных условий распространение продукции средств массовой информации, зарегистрированных в соответствии с настоящим Законом.

В выдаче лицензии на вещание должно быть отказано, если отсутствует техническая возможность осуществлять вещание с заявленными характеристиками либо близкими к ним.

В выдаче лицензии на вещание может быть отказано по основаниям, предусмотренным условиями конкурса, если заявки рассматриваются на конкурсной основе.

Уступка лицензии на вещание другому лицу допускается только с согласия органа, ее выдавшего, с соответствующим переоформлением лицензии.

Размеры и порядок взимания платы за лицензию на вещание, а также за переоформление лицензии устанавливаются Правительством Российской Федерации.

#### *Статья 32. Аннулирование лицензии*

Лицензия аннулируется в случаях:

- 1) если она была получена обманным путем;
- 2) если неоднократно нарушались лицензионные условия либо предусмотренные настоящим Законом правила распространения радио- и телепрограмм, по поводу чего делались письменные предупреждения;
- 3) если федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным Правительством РФ, установлен факт скрытой уступки лицензии.

Законами Российской Федерации могут быть установлены дополнительные основания аннулирования лицензии.

Аннулирование лицензии производится решением выдавшего ее органа.

При аннулировании лицензии плата за лицензию возврату не подлежит.

#### *Статья 33. Искусственные помехи*

Создание искусственных помех, препятствующих уверенному приему радио-, телепрограмм, то есть распространению радио-, теле- и иных технических сигналов в полосе частот, на которых осуществляется вещание по лицензии, влечет ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Индустриальные помехи, то есть искусственные помехи, возникающие при эксплуатации технических устройств в процессе хозяйственной деятельности, подлежат устранению за счет лиц, в собственности (ведении) которых находятся источники этих помех.

#### *Статья 34. Хранение материалов радио- и телепередач*

В целях обеспечения доказательств, имеющих значение для правильного разрешения споров, редакция радио-, телепрограммы обязана: сохранять материалы собственных передач, вышедших в эфир в записи;

фиксировать в регистрационном журнале передачи, вышедшие в эфир.

В регистрационном журнале указываются дата и время выхода в эфир, тема передачи, ее автор, ведущий и участники.

Сроки хранения:

материалов передач - не менее одного месяца со дня выхода в эфир;  
регистрационного журнала - не менее одного года с даты последней записи в нем.

Аудио- и видеозаписи вышедших в эфир радио- и телепрограмм, содержащих предвыборную агитацию, агитацию по вопросам референдума, хранятся в соответствующей организации, осуществляющей теле- и (или) радиовещание, не менее 12 месяцев со дня выхода указанных программ в эфир. Организации, осуществляющие теле- и (или) радиовещание, обязаны бесплатно предоставлять копии указанных радио- и телепрограмм по требованию избирательных комиссий, комиссий референдума (часть четвертая введена Федеральным законом от 04.07.2003 N 94-ФЗ).

#### *Статья 35. Обязательные сообщения*

Редакция обязана опубликовать бесплатно и в предписанный срок:  
вступившее в законную силу решение суда, содержащее требование об опубликовании такого решения через данное средство массовой информации;

поступившее от органа, зарегистрировавшего данное средство массовой информации, сообщение, касающееся деятельности редакции.

Редакции средств массовой информации, учредителями (соучредителями) которых являются государственные органы, обязаны публиковать по требованию этих органов их официальные сообщения в порядке, регулируемом уставом редакции или заменяющим его договором, а равно иные материалы, публикация которых в данных средствах массовой информации предусмотрена законодательством Российской Федерации.

Государственные средства массовой информации обязаны публиковать сообщения и материалы федеральных органов государственной власти и органов государственной власти субъектов Российской Федерации в порядке, установленном Федеральным законом "О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации" (часть третья введена Федеральным законом от 13.01.1995 N 6-ФЗ).

Редакции государственных средств массовой информации обязаны незамедлительно и на безвозмездной основе выпускать в свет (в эфир) по требованию федерального органа исполнительной власти, уполномоченного Президентом Российской Федерации, оперативную информацию по вопросам пожарной безопасности (часть четвертая введена Федеральным законом от 27.12.1995 N 211-ФЗ; в ред. Федерального закона от 25.07.2002 N 116-ФЗ).

*Статья 36. Распространение рекламы* (в ред. Федерального закона от 02.03.1998 N 30-ФЗ)

Распространение рекламы в средствах массовой информации осуществляется в порядке, установленном законодательством Российской Федерации о рекламе.

#### *Статья 37. Эротические издания*

Под средством массовой информации, специализирующимся на сообщениях и материалах эротического характера, для целей настоящего Закона понимаются периодическое издание или программа, которые в целом и систематически эксплуатируют интерес к сексу.

Распространение выпусков специализированных радио- и телепрограмм эротического характера без кодирования сигнала допускается только с 23 часов до 4 часов по местному времени, если иное не установлено местной администрацией.

Розничная продажа продукции средств массовой информации, специализирующихся на сообщениях и материалах эротического характера, допускается только в запечатанных прозрачных упаковках и в специально предназначенных для этого помещениях, расположение которых определяется местной администрацией.

### **Глава IV. ОТНОШЕНИЯ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ С ГРАЖДАНАМИ И ОРГАНИЗАЦИЯМИ**

#### *Статья 38. Право на получение информации*

Граждане имеют право на оперативное получение через средства массовой информации достоверных сведений о деятельности государственных органов и организаций, общественных объединений, их должностных лиц.

Государственные органы и организации, общественные объединения, их должностные лица предоставляют сведения о своей деятельности средствам массовой информации по запросам редакций, а также путем проведения пресс-конференций, рассылки справочных и статистических материалов и в иных формах.

#### *Статья 39. Запрос информации*

Редакция имеет право запрашивать информацию о деятельности государственных органов и организаций, общественных объединений, их должностных лиц. Запрос информации возможен как в устной, так и в письменной форме. Запрашиваемую информацию обязаны предоставлять руководители указанных органов, организаций и объединений, их заместители, работники пресс-служб либо другие уполномоченные лица в пределах их компетенции.

#### *Статья 40. Отказ и отсрочка в предоставлении информации*

Отказ в предоставлении запрашиваемой информации возможен, только если она содержит сведения, составляющие государственную, коммерческую или иную специально охраняемую законом тайну.

Уведомление об отказе вручается представителю редакции в трехдневный срок со дня получения письменного запроса информации. В уведомлении должны быть указаны:

1) причины, по которым запрашиваемая информация не может быть отделена от сведений, составляющих специально охраняемую законом тайну;

2) должностное лицо, отказывающее в предоставлении информации;

3) дата принятия решения об отказе.

Отсрочка в предоставлении запрашиваемой информации допустима, если требуемые сведения не могут быть представлены в семидневный срок. Уведомление об отсрочке вручается представителю редакции в трехдневный срок со дня получения письменного запроса информации. В уведомлении должны быть указаны:

1) причины, по которым запрашиваемая информация не может быть представлена в семидневный срок;

2) дата, к которой будет представлена запрашиваемая информация;

3) должностное лицо, установившее отсрочку;

4) дата принятия решения об отсрочке.

#### *Статья 41. Конфиденциальная информация*

Редакция не вправе разглашать в распространяемых сообщениях и материалах сведения, предоставленные гражданином с условием сохранения их в тайне.

Редакция обязана сохранять в тайне источник информации и не вправе называть лицо, предоставившее сведения с условием неразглашения его имени, за исключением случая, когда соответствующее требование поступило от суда в связи с находящимся в его производстве делом.

Редакция не вправе разглашать в распространяемых сообщениях и материалах сведения, прямо или косвенно указывающие на личность несовершеннолетнего, совершившего преступление либо подозреваемого в его совершении, а равно совершившего административное правонарушение или антиобщественное действие, без согласия самого несовершеннолетнего и его законного представителя.

(часть третья введена Федеральным законом от 05.08.2000 N 110-ФЗ)

Редакция не вправе разглашать в распространяемых сообщениях и материалах сведения, прямо или косвенно указывающие на личность несовершеннолетнего, признанного потерпевшим, без согласия самого несовершеннолетнего и (или) его законного представителя (часть четвертая введена Федеральным законом от 05.08.2000 N 110-ФЗ).

#### *Статья 42. Авторские произведения и письма*

Редакция обязана соблюдать права на используемые произведения, включая авторские права, издательские права, иные права на интеллектуальную собственность. Автор либо иное лицо, обладающее



правами на произведение, может особо оговорить условия и характер использования предоставляемого редакции произведения.

Письмо, адресованное в редакцию, может быть использовано в сообщениях и материалах данного средства массовой информации, если при этом не искажается смысл письма и не нарушаются положения настоящего Закона. Редакция не обязана отвечать на письма граждан и пересылать эти письма тем органам, организациям и должностным лицам, в чью компетенцию входит их рассмотрение.

Никто не вправе обязать редакцию опубликовать отклоненное ею произведение, письмо, другое сообщение или материал, если иное не предусмотрено законом.

#### *Статья 43. Право на опровержение*

Гражданин или организация вправе потребовать от редакции опровержения не соответствующих действительности и порочащих их честь и достоинство сведений, которые были распространены в данном средстве массовой информации. Такое право имеют также законные представители гражданина, если сам гражданин не имеет возможности потребовать опровержения. Если редакция средства массовой информации не располагает доказательствами того, что распространенные им сведения соответствуют действительности, она обязана опровергнуть их в том же средстве массовой информации.

Если гражданин или организация представили текст опровержения, то распространению подлежит данный текст при условии его соответствия требованиям настоящего Закона. Редакция радио-, телепрограммы, обязанная распространить опровержение, может предоставить гражданину или представителю организации, потребовавшему этого, возможность зачитать собственный текст и передать его в записи.

#### *Статья 44. Порядок опровержения*

В опровержении должно быть указано, какие сведения не соответствуют действительности, когда и как они были распространены данным средством массовой информации.

Опровержение в периодическом печатном издании должно быть набрано тем же шрифтом и помещено под заголовком "Опровержение", как правило, на том же месте полосы, что и опровергаемое сообщение или материал. По радио и телевидению опровержение должно быть передано в то же время суток и, как правило, в той же передаче, что и опровергаемое сообщение или материал.

Объем опровержения не может более чем вдвое превышать объем опровергаемого фрагмента распространенного сообщения или материала. Нельзя требовать, чтобы текст опровержения был короче одной стандартной страницы машинописного текста. Опровержение по радио и телевидению не должно занимать меньше эфирного времени, чем требуется для прочтения диктором стандартной страницы машинописного текста.

Опровержение должно последовать:

1) в средствах массовой информации, выходящих в свет (в эфир) не реже одного раза в неделю, - в течение десяти дней со дня получения требования об опровержении или его текста;

2) в иных средствах массовой информации - в подготавливаемом или ближайшем планируемом выпуске.

В течение месяца со дня получения требования об опровержении либо его текста редакция обязана в письменной форме уведомить заинтересованных гражданина или организацию о предполагаемом сроке

распространения опровержения либо об отказе в его распространении с указанием оснований отказа.

*Статья 45. Основания отказа в опровержении*

В опровержении должно быть отказано, если данное требование либо представленный текст опровержения:

- 1) является злоупотреблением свободой массовой информации в смысле части первой статьи 4 настоящего Закона;
- 2) противоречит вступившему в законную силу решению суда;
- 3) является анонимным.

В опровержении может быть отказано:

- 1) если опровергаются сведения, которые уже опровергнуты в данном средстве массовой информации;
- 2) если требование об опровержении либо представленный текст его поступили в редакцию по истечении одного года со дня распространения опровергаемых сведений в данном средстве массовой информации.

Отказ в опровержении либо нарушение установленного настоящим Законом порядка опровержения могут быть в течение года со дня распространения опровергаемых сведений обжалованы в суд в соответствии с гражданским и гражданско-процессуальным законодательством Российской Федерации.

*Статья 46. Право на ответ*

Гражданин или организация, в отношении которых в средстве массовой информации распространены сведения, не соответствующие действительности либо ущемляющие права и законные интересы гражданина, имеют право на ответ (комментарий, реплику) в том же средстве массовой информации.

В отношении ответа и отказа в таковом применяются правила статей 43 - 45 настоящего Закона.

Ответ на ответ помещается не ранее чем в следующем выпуске средства массовой информации. Данное правило не распространяется на редакционные комментарии.

## **Глава V. ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ ЖУРНАЛИСТА**

*Статья 47. Права журналиста*

Журналист имеет право:

- 1) искать, запрашивать, получать и распространять информацию;
- 2) посещать государственные органы и организации, предприятия и учреждения, органы общественных объединений либо их пресс-службы;
- 3) быть принятым должностными лицами в связи с запросом информации;

4) получать доступ к документам и материалам, за исключением их фрагментов, содержащих сведения, составляющие государственную, коммерческую или иную специально охраняемую законом тайну;

5) копировать, публиковать, оглашать или иным способом воспроизводить документы и материалы при условии соблюдения требований части первой статьи 42 настоящего Закона;

6) производить записи, в том числе с использованием средств аудио- и видеотехники, кино- и фотосъемки, за исключением случаев, предусмотренных законом;

7) посещать специально охраняемые места стихийных бедствий, аварий и катастроф, массовых беспорядков и массовых скоплений граждан, а также местности, в которых объявлено чрезвычайное положение; присутствовать на митингах и демонстрациях;

8) проверять достоверность сообщаемой ему информации;

9) излагать свои личные суждения и оценки в сообщениях и материалах, предназначенных для распространения за его подписью;

10) отказаться от подготовки за своей подписью сообщения или материала, противоречащего его убеждениям;

11) снять свою подпись под сообщением или материалом, содержание которого, по его мнению, было искажено в процессе редакционной подготовки, либо запретить или иным образом оговорить условия и характер использования данного сообщения или материала в соответствии с частью первой статьи 42 настоящего Закона;

12) распространять подготовленные им сообщения и материалы за своей подписью, под псевдонимом или без подписи.

Журналист пользуется также иными правами, предоставленными ему законодательством Российской Федерации о средствах массовой информации.

#### *Статья 48. Аккредитация*

Редакция имеет право подать заявку в государственный орган, организацию, учреждение, орган общественного объединения на аккредитацию при них своих журналистов.

Государственные органы, организации, учреждения, органы общественных объединений аккредитуют заявленных журналистов при условии соблюдения редакциями правил аккредитации, установленных этими органами, организациями, учреждениями.

Аккредитовавшие журналистов органы, организации, учреждения обязаны предварительно извещать их о заседаниях, совещаниях и других мероприятиях, обеспечивать стенограммами, протоколами и иными документами, создавать благоприятные условия для производства записи.

Аккредитованный журналист имеет право присутствовать на заседаниях, совещаниях и других мероприятиях, проводимых аккредитовавшими его органами, организациями, учреждениями, за

исключением случаев, когда приняты решения о проведении закрытого мероприятия.

Журналист может быть лишен аккредитации, если им или редакцией нарушены установленные правила аккредитации либо распространены не соответствующие действительности сведения, порочащие честь и достоинство организации, аккредитовавшей журналиста, что подтверждено вступившим в законную силу решением суда.

Аккредитация собственных корреспондентов редакций средств массовой информации осуществляется в соответствии с требованиями настоящей статьи.

#### *Статья 49. Обязанности журналиста*

Журналист обязан:

1) соблюдать устав редакции, с которой он состоит в трудовых отношениях;

2) проверять достоверность сообщаемой им информации;

3) удовлетворять просьбы лиц, предоставивших информацию, об указании на ее источник, а также об авторизации цитируемого высказывания, если оно оглашается впервые;

4) сохранять конфиденциальность информации и (или) ее источника;

5) получать согласие (за исключением случаев, когда это необходимо для защиты общественных интересов) на распространение в средстве массовой информации сведений о личной жизни гражданина от самого гражданина или его законных представителей;

6) при получении информации от граждан и должностных лиц ставить их в известность о проведении аудио- и видеозаписи, кино- и фотосъемки;

7) ставить в известность главного редактора о возможных исках и предъявлении иных предусмотренных законом требований в связи с распространением подготовленного им сообщения или материала;

8) отказаться от данного ему главным редактором или редакцией задания, если оно либо его выполнение связано с нарушением закона;

9) предъявлять при осуществлении профессиональной деятельности по первому требованию редакции удостоверение или иной документ, удостоверяющий личность и полномочия журналиста (в ред. Федерального закона от 04.07.2003 N 94-ФЗ);

10) соблюдать запрет на проведение им предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума при осуществлении профессиональной деятельности (п. 10 введен Федеральным законом от 04.07.2003 N 94-ФЗ).

Журналист несет также иные обязанности, установленные законодательством Российской Федерации о средствах массовой информации.

При осуществлении профессиональной деятельности журналист обязан уважать права, законные интересы, честь и достоинство граждан и организаций.

Государство гарантирует журналисту в связи с осуществлением им профессиональной деятельности защиту его чести, достоинства, здоровья, жизни и имущества как лицу, выполняющему общественный долг.

*Статья 50. Скрытая запись*

Распространение сообщений и материалов, подготовленных с использованием скрытой аудио- и видеозаписи, кино- и фотосъемки, допускается:

- 1) если это не нарушает конституционных прав и свобод человека и гражданина;
- 2) если это необходимо для защиты общественных интересов и приняты меры против возможной идентификации посторонних лиц;
- 3) если демонстрация записи производится по решению суда.

*Статья 51. Недопустимость злоупотребления правами журналиста*

Не допускается использование установленных настоящим Законом прав журналиста в целях сокрытия или фальсификации общественно значимых сведений, распространения слухов под видом достоверных сообщений, сбора информации в пользу постороннего лица или организации, не являющейся средством массовой информации.

Запрещается использовать право журналиста на распространение информации с целью опорочить гражданина или отдельные категории граждан исключительно по признакам пола, возраста, расовой или национальной принадлежности, языка, отношения к религии, профессии, места жительства и работы, а также в связи с их политическими убеждениями.

*Статья 52. Специальный статус*

Профессиональный статус журналиста, установленный настоящим Законом, распространяется:

на штатных сотрудников редакций, занимающихся редактированием, созданием, сбором или подготовкой сообщений и материалов для многотиражных газет и других средств массовой информации, продукция которых распространяется исключительно в пределах одного предприятия (объединения), организации, учреждения;

на авторов, не связанных с редакцией средства массовой информации трудовыми или иными договорными отношениями, но признаваемых ею своими внештатными авторами или корреспондентами, при выполнении ими поручений редакции.

## **Глава VI. МЕЖГОСУДАРСТВЕННОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО В ОБЛАСТИ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**

### *Статья 53. Межгосударственные договоры и соглашения*

Межгосударственное сотрудничество в области массовой информации осуществляется на основе договоров, заключенных Российской Федерацией.

Редакции, профессиональные объединения журналистов участвуют в международном сотрудничестве в области массовой информации на основе соглашений с гражданами и юридическими лицами других государств, а также международными организациями.

### *Статья 54. Распространение зарубежной информации*

Гражданам Российской Федерации гарантируется беспрепятственный доступ к сообщениям и материалам зарубежных средств массовой информации.

Ограничение приема программ непосредственного телевизионного вещания допускается не иначе как в случаях, предусмотренных межгосударственными договорами, заключенными Российской Федерацией.

Для распространения продукции зарубежного периодического печатного издания, то есть не зарегистрированного в Российской Федерации и имеющего место постоянного пребывания учредителя или редакции вне ее пределов, а равно финансируемого иностранными государствами, юридическими лицами или гражданами, необходимо получить разрешение федерального органа исполнительной власти, уполномоченного Правительством Российской Федерации, если порядок распространения не установлен межгосударственным договором, заключенным Российской Федерацией.

### *Статья 55. Зарубежные корреспонденты*

Представительства зарубежных средств массовой информации в Российской Федерации создаются с разрешения Министерства иностранных дел Российской Федерации, если иное не предусмотрено межгосударственным договором, заключенным Российской Федерацией.

Зарубежные представительства средств массовой информации, зарегистрированных в Российской Федерации, создаются в порядке, установленном законодательными актами Российской Федерации и страны пребывания, если иное не предусмотрено межгосударственным договором, заключенным Российской Федерацией.

Аккредитация зарубежных корреспондентов в Российской Федерации производится Министерством иностранных дел Российской Федерации в соответствии со статьей 48 настоящего Закона.

Зарубежные корреспонденты, не аккредитованные в Российской Федерации в установленном порядке, пользуются правами и несут обязанности как представители иностранного юридического лица.

От обязательной аккредитации для осуществления профессиональной деятельности в Российской Федерации освобождаются:

зарубежные корреспонденты, ранее аккредитованные в Союзе ССР или в суверенных государствах, входивших в его состав;

корреспонденты средств массовой информации, ранее зарегистрированных государственными органами Союза ССР или суверенных государств, входивших в его состав.

На корреспондентов, аккредитованных в Российской Федерации, независимо от их гражданства распространяется профессиональный статус журналиста, установленный настоящим Законом. Правительством Российской Федерации могут быть установлены ответные ограничения в отношении корреспондентов средств массовой информации тех государств, в которых имеются специальные ограничения для осуществления профессиональной деятельности журналистов средств массовой информации, зарегистрированных в Российской Федерации.

Зарубежные корреспонденты средств массовой информации, зарегистрированных в Российской Федерации, независимо от их гражданства обладают установленными настоящим Законом правами и обязанностями журналиста, если это не противоречит законодательству страны пребывания.

## **Глава VII. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НАРУШЕНИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА О СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ**

### *Статья 56. Возложение ответственности*

Учредители, редакции, издатели, распространители, государственные органы, организации, учреждения, предприятия и общественные объединения, должностные лица, журналисты, авторы распространенных сообщений и материалов несут ответственность за нарушения законодательства Российской Федерации о средствах массовой информации.

### *Статья 57. Освобождение от ответственности*

Редакция, главный редактор, журналист не несут ответственности за распространение сведений, не соответствующих действительности и порочащих честь и достоинство граждан и организаций, либо ущемляющих права и законные интересы граждан, либо представляющих собой злоупотребление свободой массовой информации и (или) правами журналиста:

- 1) если эти сведения присутствуют в обязательных сообщениях;
- 2) если они получены от информационных агентств;



3) если они содержатся в ответе на запрос информации либо в материалах пресс-служб государственных органов, организаций, учреждений, предприятий, органов общественных объединений;

4) если они являются дословным воспроизведением фрагментов выступлений народных депутатов на съездах и сессиях Советов народных депутатов, делегатов съездов, конференций, пленумов общественных объединений, а также официальных выступлений должностных лиц государственных органов, организаций и общественных объединений;

5) если они содержатся в авторских произведениях, идущих в эфир без предварительной записи, либо в текстах, не подлежащих редактированию в соответствии с настоящим Законом;

6) если они являются дословным воспроизведением сообщений и материалов или их фрагментов, распространенных другим средством массовой информации, которое может быть установлено и привлечено к ответственности за данное нарушение законодательства Российской Федерации о средствах массовой информации.

*Статья 58. Ответственность за ущемление свободы массовой информации*

Ущемление свободы массовой информации, то есть воспрепятствование в какой бы то ни было форме со стороны граждан, должностных лиц государственных органов и организаций, общественных объединений законной деятельности учредителей, редакций, издателей и распространителей продукции средства массовой информации, а также журналистов, в том числе посредством:

осуществления цензуры;

вмешательства в деятельность и нарушения профессиональной самостоятельности редакции;

незаконного прекращения либо приостановления деятельности средства массовой информации;

нарушения права редакции на запрос и получение информации;

незаконного изъятия, а равно уничтожения тиража или его части;

принуждения журналиста к распространению или отказу от распространения информации;

установления ограничений на контакты с журналистом и передачу ему информации, за исключением сведений, составляющих государственную, коммерческую или иную специально охраняемую законом тайну;

нарушения прав журналиста, установленных настоящим Законом, - влечет уголовную, административную, дисциплинарную или иную ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Обнаружение органов, организаций, учреждений или должностей, в задачи либо функции которых входит осуществление цензуры массовой информации, - влечет немедленное прекращение их финансирования и ликвидацию в порядке, предусмотренном законодательством Российской Федерации.

*Статья 59. Ответственность за злоупотребление свободой массовой информации*

Злоупотребление свободой массовой информации, выразившееся в нарушении требований статьи 4 настоящего Закона, - влечет уголовную, административную, дисциплинарную или иную ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Злоупотребление правами журналиста, выразившееся в нарушении требований статей 50 и 51 настоящего Закона, либо несоблюдение обязанностей журналиста, - влечет уголовную, административную или дисциплинарную ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации (в ред. Федерального закона от 04.07.2003 N 94-ФЗ).

*Статья 60. Ответственность за иные нарушения законодательства о средствах массовой информации*

Нарушение законодательства Российской Федерации о средствах массовой информации, выразившееся:

в учреждении средства массовой информации через подставное лицо, получении свидетельства о регистрации либо лицензии на вещание обманным путем, скрытой уступке лицензии, или неправомерном получении льгот, установленных для специализированных средств массовой информации;

в незаконном изготовлении продукции средства массовой информации без его регистрации либо после решения о прекращении или приостановлении его деятельности, уклонении от перерегистрации, а также предъявлении при регистрации не предусмотренных настоящим Законом требований;

в воспрепятствовании осуществляемому на законном основании распространению продукции средства массовой информации, установлении незаконных ограничений на розничную продажу тиража периодического печатного издания;

в нарушении установленных законодательством Российской Федерации о выборах и референдумах правил проведения предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума, порядка и условий распространения материалов предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума (абзац введен Федеральным законом от 04.07.2003 N 94-ФЗ);

в незаконном распространении продукции средства массовой информации без его регистрации либо после решения о прекращении или приостановлении его деятельности или без разрешения на выход в свет (в эфир), в незаконном коммерческом распространении, осуществлении вещания без лицензии либо с нарушением лицензионных условий;

в нарушении правил распространения обязательных сообщений, рекламы, эротических изданий и программ;

в нарушении порядка объявления выходных данных, представления обязательных экземпляров, хранения материалов теле- и радиопередач;

в создании искусственных помех, препятствующих уверенному приему радио- и телепрограмм, - влечет уголовную, административную, дисциплинарную или иную ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации.

*Статья 61. Порядок обжалования*

В соответствии с гражданским и гражданско-процессуальным законодательством Российской Федерации могут быть обжалованы в суд:

1) отказ в регистрации средства массовой информации, нарушение регистрирующим органом порядка и сроков регистрации, иные неправомерные действия регистрирующего органа;

2) решение федерального органа исполнительной власти, уполномоченного Правительством Российской Федерации, об аннулировании лицензии на вещание;

3) отказ и отсрочка в предоставлении запрашиваемой информации либо несоблюдение должностными лицами, работниками пресс-служб государственных органов, организаций, учреждений, предприятий, органов общественных объединений требований статьи 40 настоящего Закона;

4) отказ в аккредитации, лишение аккредитации, а равно нарушение прав аккредитованного журналиста.

Если суд признает обжалуемое решение или действие (бездействие) неправомерным, он выносит решение об обоснованности жалобы, обязанности устранить допущенное нарушение и возместить убытки, включая неполученные доходы, понесенные учредителем, редакцией, держателем лицензии.

*Статья 62. Возмещение морального вреда*

Моральный (неимущественный) вред, причиненный гражданину в результате распространения средством массовой информации не соответствующих действительности сведений, порочащих честь и достоинство гражданина либо причинивших ему иной неимущественный вред, возмещается по решению суда средством массовой информации, а также виновными должностными лицами и гражданами в размере, определяемом судом.

Президент  
Российской Федерации  
Б.ЕЛЬЦИН

Москва, Дом Советов России  
27 декабря 1991 года  
N 2124-1

## УГОЛОВНЫЙ КОДЕКС РФ (извлечения)

### *Статья 129. Клевета*

1. Клевета, то есть распространение заведомо ложных сведений, порочащих честь и достоинство другого лица или подрывающих его репутацию, - наказывается штрафом в размере от пятидесяти до ста минимальных размеров оплаты труда или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до одного месяца, либо обязательными работами на срок от ста двадцати до ста восьмидесяти часов, либо исправительными работами на срок до одного года.

2. Клевета, содержащаяся в публичном выступлении, публично демонстрирующемся произведении или средствах массовой информации, - наказывается штрафом в размере от ста до двухсот минимальных размеров оплаты труда или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период от одного до двух месяцев, либо обязательными работами на срок от ста восьмидесяти до двухсот сорока часов, либо исправительными работами на срок от одного года до двух лет, либо арестом на срок от трех до шести месяцев.

3. Клевета, соединенная с обвинением лица в совершении тяжкого или особо тяжкого преступления, - наказывается ограничением свободы на срок до трех лет, либо арестом на срок от четырех до шести месяцев, либо лишением свободы на срок до трех лет.

### *Статья 130. Оскорбление*

1. Оскорбление, то есть унижение чести и достоинства другого лица, выраженное в неприличной форме, - наказывается штрафом в размере до ста минимальных размеров оплаты труда или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до одного месяца, либо обязательными работами на срок до ста двадцати часов, либо исправительными работами на срок до шести месяцев.

2. Оскорбление, содержащееся в публичном выступлении, публично демонстрирующемся произведении или средствах массовой информации, - наказывается штрафом в размере до двухсот минимальных размеров оплаты труда или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до двух месяцев, либо обязательными работами на срок до ста восьмидесяти часов, либо исправительными работами на срок до одного года.

### *Статья 137. Нарушение неприкосновенности частной жизни*

1. Незаконное собирание или распространение сведений о частной жизни лица, составляющих его личную или семейную тайну, без его согласия либо распространение этих сведений в публичном выступлении, публично демонстрируемом произведении или средствах массовой информации, если эти деяния совершены из корыстной или иной личной заинтересованности и причинили вред правам и законным интересам граждан, - наказываются штрафом в размере от двухсот до пятисот

минимальных размеров оплаты труда или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период от двух до пяти месяцев, либо обязательными работами на срок от ста двадцати до ста восьмидесяти часов, либо исправительными работами на срок до одного года, либо арестом на срок до четырех месяцев.

*Статья 144. Воспрепятствование законной профессиональной деятельности журналиста*

1. Воспрепятствование законной профессиональной деятельности журналистов путем принуждения их к распространению либо отказу от распространения информации – наказывается штрафом в размере пятидесяти до ста минимальных размеров оплаты труда или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до одного месяца, либо обязательными работами на срок до ста восьмидесяти часов, либо исправительными работами на срок до одного года.

2. То же деяние, совершенное лицом с использованием своего служебного положения, - наказывается исправительными работами на срок до двух лет либо лишением свободы на срок до трех лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до трех лет или без такового.

*Статья 280. Публичные призывы к осуществлению экстремистской деятельности*

1. Публичные призывы к насильственному захвату власти, насильственному удержанию власти или насильственному изменению конституционного строя Российской Федерации (...), совершенные с использованием средств массовой информации, - наказываются лишением свободы на срок от трех до пяти лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до трех лет (в ред. Федерального закона от 09.07.99).

*Статья 282. Возбуждение национальной, расовой или религиозной вражды*

1. Действия, направленные на возбуждение национальной, расовой или религиозной вражды, унижение национального достоинства, а равно пропаганда исключительности, превосходства либо неполноценности граждан по признаку их отношения к религии, национальной или расовой принадлежности, если эти деяния совершены публично или с использованием средств массовой информации, - наказываются штрафом в размере от пятисот до восьмисот минимальных размеров оплаты труда или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период от пяти до восьми месяцев, либо ограничением свободы на срок до трех лет, либо лишением свободы на срок от двух до четырех лет.

## ГРАЖДАНСКИЙ КОДЕКС РФ (извлечения)

### *Статья 152. Защита чести, достоинства и деловой репутации*

1. Гражданин вправе требовать по суду опровержения порочащих его честь, достоинство или деловую репутацию сведений, если распространивший такие сведения не докажет, что они соответствуют действительности. По требованию заинтересованных лиц допускается защита чести и достоинства гражданина и после его смерти.

2. Если сведения, порочащие честь, достоинство или деловую репутацию гражданина, распространены в средствах массовой информации, они должны быть опровергнуты в тех же средствах массовой информации. Если указанные сведения содержатся в документе, исходящем от организации, такой документ подлежит замене или отзыву. Порядок опровержения в иных случаях устанавливается судом.

3. Гражданин, в отношении которого средствами массовой информации опубликованы сведения, ущемляющие его права или охраняемые законом интересы, имеет право на опубликование своего ответа в тех же средствах массовой информации.

4. Если решение суда не выполнено, суд вправе наложить на нарушителя штраф, взыскиваемый в размере и в порядке, предусмотренных процессуальным законодательством, в доход Российской Федерации. Уплата штрафа не освобождает нарушителя от обязанностей выполнить предусмотренное решением суда действие.

5. Гражданин, в отношении которого распространены сведения, порочащие его честь, достоинство или деловую репутацию, вправе наряду с опровержением таких сведений требовать возмещения убытков и морального вреда, причиненных их распространением.

6. Если установить лицо, распространившее сведения, порочащие честь, достоинство или деловую репутацию гражданина, невозможно, лицо, в отношении которого такие сведения распространены, вправе обратиться в суд с заявлением о признании распространенных сведений не соответствующими действительности.

7. Правила настоящей статьи о защите деловой репутации гражданина соответственно применяются к защите деловой репутации юридического лица.

## КОДЕКС ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЭТИКИ РОССИЙСКОГО ЖУРНАЛИСТА

1. Журналист всегда обязан действовать, исходя из принципов профессиональной этики, зафиксированных в настоящем Кодексе, принятие, одобрение и соблюдение которого является непременным условием для его членства в Союзе журналистов России.

2. Журналист соблюдает законы своей страны, но в том, что касается выполнения профессионального долга, он признает юрисдикцию только своих коллег, отвергая любые попытки давления и вмешательства со стороны правительства или кого бы то ни было.

3. Журналист распространяет только ту информацию, в достоверности которой он убежден и источник которой ему хорошо известен. Он прилагает все силы к тому, чтобы избежать нанесения ущерба кому бы то ни было ее неполнотой или неточностью, намеренным сокрытием общественно значимой информации или распространением заведомо ложных сведений.

Журналист четко проводит в своих сообщениях различие между фактами, о которых рассказывает, и тем, что составляет мнения, версии или предположения, в то же время в своей профессиональной деятельности он не обязан быть нейтральным.

При выполнении своих профессиональных обязанностей журналист не прибегает к незаконным и недостойным способам получения информации. Журналист признает и уважает право физических и юридических лиц не предоставлять информацию и не отвечать на задаваемые вопросы — за исключением случаев, когда обязанность предоставлять информацию оговорена Законом.

Журналист рассматривает как тяжкие профессиональные преступления злонамеренное искажение фактов, клевету, получение при ложных обстоятельствах платы за распространение ложной или сокрытие истинной информации; журналист вообще не должен принимать ни прямо, ни косвенно никаких вознаграждений или гонораров от третьих лиц за публикации материалов и мнений любого характера.

Убедившись в том, что он опубликовал ложный или искаженный материал, журналист обязан исправить свою ошибку, используя те же полиграфические и (или) аудиовизуальные средства, которые были применены при публикации материала. При необходимости он должен принести извинения через свой орган печати.

Журналист отвечает собственным мнением и репутацией за достоверность всякого сообщения и справедливость всякого суждения, распространенные за его подписью, под его псевдонимом или анонимно, но с его ведома и согласия. Никто не вправе запретить ему снять свою подпись под сообщением или суждением, которое было бы частично искажено против его воли.

4. Журналист сохраняет профессиональную тайну в отношении источника информации, полученной конфиденциальным путем. Никто не может принудить его к раскрытию этого источника. Право на анонимность может быть нарушено лишь в исключительных случаях, когда имеется подозрение, что источник сознательно исказил истину, а также когда

упоминание имени источника представляет собой единственный способ избежать тяжкого и неминуемого ущерба для людей.

Журналист обязан уважать просьбу интервьюируемых им лиц не разглашать официально их высказываний.

5. Журналист полностью осознает опасность ограничений, преследования и насилия, которые могут быть спровоцированы его деятельностью. Выполняя свои профессиональные обязанности, он противодействует экстремизму и ограничению гражданских прав по любым признакам, включая признаки пола, расы, языка религии, политических или иных взглядов, равно как социального и национального происхождения.

Журналист уважает честь и достоинство людей, которые становятся объектами его профессионального внимания. Он воздерживается от любых пренебрежительных намеков или комментариев в отношении расы, национальности, цвета кожи, религии, социального происхождения или пола, а также в отношении физического недостатка или болезни человека. Он воздерживается от публикации таких сведений, за исключением случаев, когда эти обстоятельства напрямую связаны с содержанием публикуемого сообщения.

Журналист обязан безусловно избегать употребления оскорбительных выражений, могущих нанести вред моральному и физическому здоровью людей.

Журналист придерживается принципа, что любой человек является невиновным до тех пор, пока судом не будет доказано обратное. В своих сообщениях он воздерживается называть по имени родственников и друзей тех людей, которые были обвинены или осуждены за совершенные ими преступления, за исключением тех случаев, когда это необходимо для объективного изложения вопроса.

Он также воздерживается называть по имени жертву преступления и публиковать материалы, ведущие к установлению личности этой жертвы. С особой строгостью данные нормы исполняются, когда журналистское сообщение может затронуть интересы несовершеннолетних.

Только защита интересов общества может оправдать журналистское расследование, предполагающее вмешательство в частную жизнь человека. Такие ограничения вмешательства неукоснительно выполняются, если речь идет о людях, помещенных в медицинские и подобные учреждения.

6. Журналист полагает свой профессиональный статус несовместимым с занятием должностей в органах государственного управления, законодательной или судебной власти, а также в руководящих органах политических партий и других организаций политической направленности.

Журналист сознает, что его профессиональная деятельность прекращается в тот момент, когда он берет в руки оружие.



7. Журналист считает недостойным использовать свою репутацию, свой авторитет, а также свои профессиональные права и возможности для распространения информации рекламного или коммерческого характера, особенно если о таком характере не свидетельствует явно и однозначно сама форма такого сообщения, само сочетание журналистской и рекламной деятельности считается этически недопустимым.

Журналист не должен использовать в личных интересах или интересах близких ему людей конфиденциальную информацию, которой может обладать в силу своей профессии.

8. Журналист уважает и отстаивает профессиональные права своих коллег, соблюдает законы честной конкуренции. Журналист избегает ситуаций, когда он мог бы нанести ущерб личным или профессиональным интересам своего коллеги, соглашаясь выполнять его обязанности на условиях заведомо менее благоприятных в социальном, материальном или моральном плане.

Журналист уважает и заставляет уважать авторские права, вытекающие из любой творческой деятельности. Плагиат недопустим. Используя каким-либо образом работу своего коллеги, журналист ссылается на имя автора.

9. Журналист отказывается от задания, если выполнение его связано с нарушением одного из упомянутых выше принципов.

10. Журналист пользуется и отстаивает свое право пользоваться всеми предусмотренными гражданским и уголовным законодательством гарантиями защиты в судебном и ином порядке от насилия или угрозы насилием, оскорблений, морального ущерба, диффамации.

Кодекс одобрен Конгрессом журналистов России  
23 июня 1994 года  
Москва

# **ПОЛОЖЕНИЕ О ПРИНЦИПАХ И СИСТЕМЕ ОБЩЕСТВЕННОГО КОНТРОЛЯ ЗА СОБЛЮЖДЕНИЕМ ЖУРНАЛИСТАМИ ПОЛОЖЕНИЙ КОДЕКСА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЭТИКИ РОССИЙСКОГО ЖУРНАЛИСТА**

## **I. Общие положения**

1. Органами общественного контроля за соблюдением журналистами положений (требований) Кодекса профессиональной этики российского журналиста являются:

- Совет по профессиональной этике Союза журналистов России;
- Советы по профессиональной этике республиканских в составе РФ, краевых, областных журналистских союзов, союзов журналистов городов Москвы и Санкт-Петербурга.

2. Право официального толкования принципов и норм профессиональной этики журналиста, закрепленных в Кодексе профессиональной этики российского журналиста, а равно кодификации прецедентов и окончательной квалификации казусов принадлежит Совету по профессиональной этике Союза журналистов России.

## **II. Кодификация нарушений норм профессиональной этики**

*Статья 1. Нарушения профессиональной этики, ущемляющие право граждан на получение информации, могут быть квалифицированы следующим образом:*

1. если журналист умышленно, вне зависимости от цели, которую он этим преследовал, обнародует неверную информацию;
2. если журналист обнародует неверную информацию в результате пренебрежения обязанностью тщательной ее проверки;
3. если журналист, получивший общественно значимую информацию для опубликования, из корыстных или иных побуждений укрывает или замалчивает ее;
4. если журналист сознательно участвует в организации преднамеренного замалчивания общественно значимого события, явления или факта;
5. если журналист под видом достоверной обнародует информацию, основанную на неподтвержденных сообщениях, слухах, предположениях, а также полученную из неизвестного источника.

*Статья 2. Как нарушения профессиональной этики, ущемляющие право граждан на свободу выражения мнений, могут быть квалифицированы следующие случаи:*

1. если журналист противодействует обнародованию критических или полемических выступлений по поводу опубликованного ранее материала;
2. если журналист без достаточных оснований отказывает в обнародовании опровержения или ответа;

3. если журналист путем изменения и сокращения письма читателя, зрителя или слушателя искажает смысл присланного текста без согласия автора;

4. если журналист вводит общественность в заблуждение путем фабрикации фиктивных писем читателей, зрителей или слушателей, либо выдает собственный материал за точку зрения и результат творчества другого реального лица (заавторство);

5. если журналист вопреки просьбе автора материала или интервьюируемого не показывает ему подготовленный к распространению окончательный текст, либо делает в тексте существенные изменения без его согласия, либо обнародует текст вопреки запрещению автора или интервьюируемого.

*Статья 3. Как проступки против чести и достоинства личности могут быть квалифицированы следующие случаи:*

1. если журналист обнародует информацию, касающуюся сферы частной жизни определенного лица, без его согласия;

2. если журналист обнародует сведения, которые хотя и соответствуют действительности, но, не имея общественного значения, наносят ущерб чести и достоинству личности;

3. если журналист, стремясь дискредитировать определенное лицо, делает достоянием гласности его физические и психические недостатки, а равно подвергает сомнению его фамилию, имя, отчество и иные подобные сведения;

4. если журналист представляет в невыгодном свете гражданина и категорию граждан в связи с их полом, возрастом, расовой и национальной принадлежностью, языком, профессией, местом жительства, отношением к религии;

5. если журналист до вступления судебного приговора в законную силу предрешает в своем материале вопрос о виновности подсудимого или иным способом нарушает принципы презумпции невиновности и независимости судей;

6. если журналист обнародует изображения или конкретные имена несовершеннолетних — подозреваемых, обвиняемых, подсудимых и осужденных, не задумываясь об их дальнейшем жизненном пути, без согласия на то их самих или их законных представителей;

7. если журналист отказывает лицу, о котором данное средство массовой информации сообщало как о нарушителе норм права или морали, в обнародовании реабилитирующих его окончательных решений соответствующих органов.

*Статья 4. Как нарушение профессиональной чести журналиста могут быть квалифицированы следующие случаи:*

1. если журналист использует свой профессиональный статус для получения каких-либо преимуществ для себя, своих родных и близких от третьих лиц или организаций;

2. если журналист получает от заинтересованного в публикации того или иного материала лица или организации какое-либо вознаграждение, подарки, преимущества или льготы, которые могут повлиять на его независимость при исполнении профессионального долга;

3. если журналист для получения информации прибегает к лжи, шантажу, провокации или иным способам, противоречащим нормам нравственности и права;

4. если журналист в какой-либо форме разглашает информацию, не предназначенную для огласки, вопреки договоренности с лицом, ее доверившим;

5. если журналист в какой-либо форме разглашает персональные данные лица, передавшего ему доверительную информацию с условием сохранения тайны ее источника;

6. если журналист, используя чужое произведение, представляет его полностью или частично как свое, не указывает его действительного автора и источник заимствования;

7. если журналист использует свой профессиональный статус для сбора информации в пользу постороннего лица или организации, не являющейся средством массовой информации.

*Статья 5. Как нарушения служебной этики и профессиональной солидарности журналистов могут быть квалифицированы следующие случаи:*

1. если журналист, используя свое должностное положение в редакции, путем редактирования искажает содержание материала, подготовленного его коллегой, и без согласия обнародует в таком виде;

2. если журналист, используя свое должностное положение в редакции, навязывает коллегам путем произвольной правки их материалов свои личные вкусы и субъективные пристрастия, препятствует развитию их творческих способностей;

3. если журналист из неверного понимания творческого соперничества или по иным мотивам сознательно затрудняет коллеге выполнение профессиональных обязанностей, а равно публикацию его работ;

4. если журналист, используя свое должностное положение в редакции, препятствует деятельности журналистской организации или ограничивает ее самостоятельность.

### **III. Возложение ответственности**

Дела о нарушениях принципов и норм профессиональной этики журналиста рассматриваются органами, определяемыми журналистскими союзами, входящими в Союз журналистов России, по представлению

собственных советов по профессиональной этике. Никакие иные органы или организации не вправе рассматривать дела о нарушениях журналистской этики. Никакие нормы Кодекса профессиональной этики российского журналиста не могут служить основанием для привлечения журналиста к дисциплинарной, административной или иной ответственности.

К членам журналистских союзов, входящих в состав Союза журналистов России, допустившим нарушение норм журналистской этики, могут быть применены меры воздействия, предусмотренные уставами соответствующих союзов.

Может быть также принято решение о публикации в периодической печати сообщения о проступке и применении к виновному лицу избранных мер воздействия. Меры воздействия за нарушение норм журналистской этики применяются независимо от мер правовой или иной ответственности.

## СОДЕРЖАНИЕ

Техника безопасности в работе Журналиста	3
Техника безопасности в работе с Журналистами	13
Прививки от манипуляции	21
Приложения	29
Конституция РФ (извлечение)	29
Закон РФ о средствах массовой информации	30
Уголовный кодекс (извлечение)	60
Гражданский кодекс (извлечение)	62
Кодекс профессиональной этики Российского журналиста	62
Положение о принципах и системе общественного контроля за соблюдением журналистами положений кодекса профессиональной этики российского журналиста	66

## **ДЛЯ ЗАМЕТОК**

Борис Лозовский

# **ЖУРНАЛИСТИКА: ТЕХНИКА БЕЗОПАСНОСТИ**

Издание 2-е, исправленное и дополненное

Издательство «Вектор Бук»  
Лицензия ЛР №066721 от 06.07.1999г.

Формат 60х84/8.  
Усл. печ. л. 4,18. Бумага «Снегурочка»  
Печать RISO. Тираж 500. Заказ 408.

Отпечатано с готового набора  
в типографии Издательства «Вектор Бук»  
Лицензия ПД № 17-0003 от 06.07.2000г.

625004, г. Тюмень, ул. Володарского, 45.  
тел.(3452) 46-54-04, 46-90-03.